

Estimativa da despesa e da receita futura

Receita após a aplicação do tarifário	
Total anual receita com aplicação do tarifário + Financiamento	103 263,53
<i>Total anual de receitas por lugar de estacionamento</i>	<i>1 022,41</i>
Despesa após a aplicação do tarifário	
Total anual de despesas	107 516,01
<i>Total anual de despesas por lugar de estacionamento</i>	<i>1 064,51</i>
	306277244

MUNICÍPIO DE SANTA COMBA DÃO**Aviso n.º 10610/2012**

Em cumprimento do disposto no artigo 37.º da Lei n.º 12-A/2008, de 27 de fevereiro, torna-se público que cessou, por motivos de aposentação, a relação jurídica de emprego público, a partir de 01 de agosto de 2012, com o trabalhador Jorge Varela Cordeiro, assistente operacional, posição remuneratória entre 5-6 e nível remuneratório entre 5-6.

27 de julho de 2012. — O Presidente da Câmara Municipal, *João António de Sousa Pais Lourenço*.

306284704

Aviso n.º 10611/2012

Em cumprimento do disposto no artigo 37.º da Lei n.º 12-A/2008, de 27 de fevereiro, adaptado à Administração Local pelo Decreto-Lei n.º 209/2009, de 3 de setembro, torna-se público que por meu despacho datado de 23 de maio de 2012, foi autorizada licença sem remuneração até um ano, ao trabalhador Rui Fernando Gonçalves Queimada, técnico superior, com início a 03 de julho de 2012.

27 de julho de 2012. — O Presidente da Câmara Municipal, *João António de Sousa Pais Lourenço*.

306284089

MUNICÍPIO DE SANTA MARIA DA FEIRA**Editais n.º 718/2012****Apreciação pública — Proposta de Alteração ao Regulamento de Publicidade e Ocupação do Espaço Público do Município de Santa Maria da Feira**

Alfredo de Oliveira Henriques, Presidente da Câmara Municipal de Santa Maria da Feira:

Faz público que, por deliberação da Câmara Municipal de Santa Maria da Feira tomada na sua reunião extraordinária de 27 de julho de 2012, e nos termos do disposto no artigo 118.º do Código do Procedimento Administrativo, aprovado pelo Decreto-Lei n.º 442/91, de 15 de novembro, alterado pelo Decreto-Lei n.º 6/96, de 31 de janeiro, é submetido a apreciação pública, durante o período de 30 dias (úteis) a contar da data da publicação do presente Edital no *Diário da República*, a proposta de alteração ao Regulamento de Publicidade e Ocupação do Espaço Público do Município de Santa Maria da Feira, o qual faz parte integrante do presente edital, podendo o mesmo ser consultado nos Serviços de Atendimento ao Público — Divisão de Administração Geral desta Autarquia, sito na Praça da República, Santa Maria da Feira, e no site www.cm-feira.pt.

Assim, convidam-se todos os interessados, a dirigir por escrito a este Município, eventuais sugestões e ou reclamações dentro do período atrás referido, as quais deverão ser dirigidas ao Presidente da Câmara, Praça da República, Santa Maria da Feira, ou para o endereço eletrónico do Município de Santa Maria da Feira (santamariadafeira@cm-feira.pt).

Para constar e devidos efeitos, se lavrou o presente edital e outros de igual teor, que vão ser publicitados.

31 de julho de 2012. — O Presidente da Câmara Municipal, *Alfredo Oliveira Henriques*.

Nota justificativa

O Decreto-Lei n.º 48/2011, de 1 de abril, aprovou o regime Jurídico do “licenciamento zero”, que veio simplificar o exercício de diversas atividades económicas, pretendendo a redução de encargos administrativos sobre os cidadãos e as empresas, por via da eliminação de licenças, autorizações, vistorias e condicionamentos prévios para atividades específicas, substituindo-os por um reforço da fiscalização *a posteriori* e mecanismos de responsabilização dos promotores.

Tal iniciativa insere-se no âmbito do programa SIMPLEX, e teve como objetivo a desmaterialização de procedimentos administrativos e a modernização da forma de relacionamento da Administração com os cidadãos e empresas, concretizando as obrigações decorrentes da Diretiva n.º 2006/123/CE, do Parlamento Europeu e do Conselho, de 12 de dezembro, relativa aos serviços no mercado interno, transposta para a ordem jurídica interna pelo Decreto-Lei n.º 92/2010, de 26 de julho.

Assim, verifica-se a necessidade de redefinir o tratamento da matéria de ocupação do espaço público e afixação e inscrição de mensagens publicitárias de natureza comercial, quando conexas com certo tipo de atividades económicas, decorrente da implementação do «Licenciamento Zero», o que exige a adaptação do Regulamento Municipal nestas matérias.

Por conseguinte, o presente regulamento congrega num único instrumento as regras aplicáveis à inscrição e afixação de publicidade e à ocupação do espaço público no Município, pretendendo, desta forma, regular ambas as matérias, intrinsecamente ligadas entre si, de forma unitária, coerente e sistemática, estabelecendo regras que, em última instância, possibilitem um equilíbrio entre a atividade publicitária/ocupação do espaço público e o interesse público, tendo presentes fatores importantes como a estética, o enquadramento urbanístico e ambiental, bem como a segurança.

Acresce ainda ao referido as preocupações com a difícil conjuntura económica, bem como as dificuldades que as empresas enfrentam, em espacial o pequeno comércio e a indústria.

Aproveitou-se para introduzir dois novos tipos de procedimentos, a “mera comunicação prévia” e a “comunicação prévia com prazo”, mantendo -se, no entanto, o procedimento de licenciamento para as demais situações não previstas no «Licenciamento Zero». Sendo que, o procedimento de mera comunicação prévia dispensa a emissão de qualquer ato por parte do Município, acarretando uma maior responsabilização por parte dos cidadãos e empresas, nomeadamente, no cumprimento das disposições legais e regulamentares. Por isso, houve a preocupação de reestruturar o regulamento para trazer uma maior clareza e objetividade aos princípios, procedimentos e conceitos aplicados.

Paralelamente, e no âmbito da vertente fiscalizadora, foram criados mecanismos mais eficazes de resposta perante situações de afixação de publicidade não licenciada no território municipal, através da consagração da possibilidade de remoção imediata das estruturas publicitárias ilegais, e da instauração dos procedimentos contraordenacionais respetivos.

Cumpra ainda referir que o presente Regulamento deve ser articulado com o Regulamento Municipal de Taxas e Outras Receitas não Urbanísticas do Município, uma vez que são aí reguladas as taxas específicas a aplicar, bem como as matérias referentes a sua liquidação.

Nestes termos, a Assembleia Municipal de Santa Maria da Feira, sob proposta da Câmara Municipal em sessão ordinária datada de . . . / . . . / 2012, deliberou aprovar o Regulamento de Publicidade e Ocupação de Espaço Público.

Regulamento de Publicidade e Ocupação do Espaço Público do Município de Santa Maria da Feira**CAPÍTULO I****Disposições gerais****Artigo 1.º****Lei Habilitante**

O presente Regulamento rege-se pelo disposto no n.º 7 do artigo 112.º e artigo 241.º da Constituição da República Portuguesa, da alínea *a*) do n.º 2 do artigo 53.º da Lei n.º 169/99, de 18 de setembro, na sua redação atual, e, bem assim, na Lei n.º 2110/61, de 19 de agosto, no Decreto-Lei n.º 105/98, de 24 de abril, na Lei n.º 2/2007, de 15 de janeiro, na Lei

n.º 53-E/2006, de 29 de dezembro, no Código da Publicidade aprovado pelo Decreto-Lei n.º 330/90, de 23 de outubro, todos na sua atual redação, no artigo 11.º da Lei n.º 97/88, de 17 de agosto, com as alterações vigentes e no Decreto-Lei n.º 48/2011, de 1 de abril e nas Portarias n.º 131/2011 e n.º 239/2011, de 4 de abril e 21 de junho.

Artigo 2.º

Objeto

O presente Regulamento estabelece as condições e os critérios a que ficam sujeitas a afixação ou inscrição das mensagens publicitárias destinadas e visíveis do espaço público, a utilização deste com suportes publicitários, a ocupação e utilização privativa de espaços públicos ou afetos ao domínio público municipal.

Artigo 3.º

Âmbito

1 — O presente Regulamento aplica-se a qualquer forma de publicidade e outras utilizações do espaço público aqui previstas, quando afixada, inscrita ou instalada em edifícios, equipamento urbano ou suportes publicitários ou quando ocupe ou utilize o espaço público ou que deste seja visível ou audível.

2 — Aplica-se ainda a qualquer forma de publicidade difundida, inscrita ou instalada em veículos e ou reboques, meios aéreos, designadamente aeronaves ou dispositivos publicitários cativos e não cativos.

3 — Excetuam-se do previsto no n.º 1, a indicação de marcas, dos preços ou da qualidade, colocados nos artigos à venda no interior dos estabelecimentos e neles comercializados.

4 — Excluem-se do âmbito de aplicação do presente Regulamento:

a) As mensagens sem fins comerciais, nomeadamente políticas, eleitorais e sindicais;

b) Os editais, notificações e demais formas de informação que se relacionem, direta ou indiretamente, com o cumprimento de prescrições legais ou com a utilização de serviços públicos;

c) A difusão de comunicados, notas oficiais ou outros esclarecimentos sobre a atividade de órgãos de soberania e da administração central, regional ou local;

d) Os distintivos de qualquer natureza destinados a indicar que nos estabelecimentos onde estejam apostos se concedem regalias inerentes utilização de sistemas de débito, crédito ou outros análogos, criados com o fim a facilitar o pagamento de serviços;

e) A simples indicação de venda, arrendamento ou trespasse aposta nos imóveis, e cujas dimensões não excedam 1 x 1,5 m, exceto nas frações autónomas cuja dimensão máxima será 0,5 m x 0,75 m.

f) Anúncios destinados a identificação de serviços públicos de saúde e o símbolo oficial de farmácias, sem identificação de laboratórios ou produtos;

g) Simples identificativo afixada nos próprios prédios urbanos, do domicílio profissional de pessoas singulares ou coletivas que exerçam atividades cujo estatuto profissional tipifique as placas de identificação apenas como meio de assinalar a sede ou o local de prestação de serviços, desde que estas especificem apenas os titulares, os horários de funcionamento (ex: advogados, solicitadores...).

5 — Salvo disposição legal em contrário, as entidades isentas do pagamento de taxas municipais estão sujeitas aos procedimentos previstos no presente Regulamento.

Artigo 4.º

Definições

Para efeitos deste Regulamento, entende-se por:

a) Publicidade: qualquer forma de comunicação feita no âmbito de uma atividade económica, com o objetivo, direto ou indireto, de promover a comercialização ou alienação de quaisquer bens ou serviços, bem como qualquer forma de comunicação que vise promover ideias, princípios, iniciativas ou instituições, que não tenham natureza política, eleitoral ou sindical;

b) Publicidade exterior: toda a forma de comunicação publicitária prevista na alínea anterior, quando destinada e visível do espaço público;

c) Publicidade instalada em pisos térreos: suportes publicitários instalados ao nível da entrada dos edifícios, nos locais das obras e nas montras dos estabelecimentos comerciais;

d) Publicidade móvel: mensagens publicitárias inscritas, afixadas, ou instaladas, em veículos terrestres, marítimos, fluviais ou aéreos, seus reboques, ou similares;

e) Publicidade afeta a mobiliário urbano: mensagem publicitária em suporte próprio, concebida para ser instalada em peça de mobiliário

urbano ou equipamento, existente no espaço público, municipal ou gerido pelo município;

f) Publicidade sonora: atividade publicitária que utiliza como meio de comunicação publicitária a difusão de mensagem comercial áudio em espaço público ou dele perceptível ou audível;

g) Campanha publicitária de rua: todo o meio ou forma de publicidade, de caráter ocasional e efêmero, que implique ação de rua e contacto direto com o público;

h) Filmagem ou sessão fotográfica em equipamento e ou edifício municipal: atividade de caráter publicitário, com recurso a meios fotográficos ou audiovisuais, desenvolvida em espaço de domínio privado municipal em que a imagem do mesmo é adquirida como forma de mais-valia para a atividade publicitária;

i) Aglomerado urbano: núcleo de edificações autorizadas e respetiva área envolvente, possuindo vias públicas pavimentadas e que seja servido por rede de abastecimento domiciliário de água e de drenagem de esgotos, sendo o seu perímetro definido pelos pontos distanciados 50 m das vias públicas onde terminam aquelas infraestruturas urbanísticas. Para além desses limites, legalmente fixados, considera-se aglomerado urbano o núcleo com um mínimo de dez fogos servidos por arruamentos de utilização pública, sendo o seu perímetro delimitado por pontos distanciados 50 m do eixo dos arruamentos, no sentido transversal, e 20 m da última edificação, nos sentidos dos arruamentos.

j) Espaço público: todo o espaço de acesso livre e uso coletivo, pertencente ou afeto ao domínio público municipal;

k) Espaço público aéreo: camada aérea superior ao solo público, sendo os seus limites definidos através de uma linha vertical e perpendicular à delimitação do solo público;

l) Ocupação do espaço público: qualquer implantação, ocupação, difusão, instalação, afixação ou inscrição, de equipamento urbano, mobiliário urbano, suportes publicitários ou outros meios de utilização do espaço público, no solo, espaço aéreo, fachadas, empenas e coberturas de edifícios;

m) Projeto de ocupação de espaço público: documento que dispõe sobre a configuração e o tratamento pretendido para o espaço público, integrando e compatibilizando funcional e esteticamente as suas diversas componentes, nomeadamente áreas pedonais, de circulação automóvel, estacionamento, áreas e elementos verdes, equipamento, sinalização e mobiliário urbano, património, infraestruturas técnicas, bem como das ações de reconversão ou modificação desse espaço;

n) Esplanada aberta: instalação no espaço público de mesas, cadeiras, guarda-ventos, guarda-sóis, estrados, floreiras, tapetes, aquecedores verticais e outro mobiliário urbano, sem qualquer tipo de fixação ao solo, destinada a apoiar estabelecimentos de restauração ou de bebidas e similares, ou empreendimentos turísticos;

o) Equipamento urbano: conjunto de elementos instalados no espaço público com função específica de assegurar a gestão das estruturas e sistemas urbanos, designadamente sinalização viária, semaforica, vertical, horizontal e informativa (direcional e de pré-aviso), candeeiros de iluminação pública, armários técnicos, guardas metálicas e pilaretas;

p) Mobiliário urbano: todo o equipamento instalado, projetado ou apoiado no espaço público que permita um uso, preste um serviço, ou apoie uma atividade, designadamente quiosques, bancas, esplanadas e seus componentes, palas, toldos, alpendres, bancos e abrigos de paragem de transportes coletivos;

q) Construção temporária com publicidade inscrita: estrutura de caráter amovível, não estando permanentemente inserida no solo, com inscrição de natureza publicitária, designadamente posto de venda imobiliária (“stand de venda”);

r) Empena: parede lateral de um edifício, sem vãos;

s) Estrado: estrutura de madeira ou de material similar, destacada do pavimento, aplicado em espaço público, destinado à instalação de equipamentos de apoio à atividade comercial;

t) Guarda-vento: estrutura de proteção do vento, preferencialmente transparente ou translúcida, no espaço ocupado por uma esplanada, por razões climatológicas;

u) Floreira: vaso, ou recetáculo, de plantas destinado ao embelezamento, marcação ou proteção do espaço público;

v) Suporte publicitário: meio utilizado para a transmissão de mensagem publicitária, designadamente, painel, múpi, anúncio luminoso ou não, elétrico, eletrónico ou eletromagnético, reclamo, mastro, bandeira, moldura, placa, pala, faixa, bandeirola, pendão, cartaz, toldo, guarda-de-sol, cadeira, mesa, floreira, sanefa, vitrina, relógios, termómetros, direcionadores, letreiros, tabuletas e dispositivos afins;

w) Anúncio: suporte rígido instalado nas fachadas dos edifícios, perpendicular ou paralelo às mesmas, com ou sem moldura, estático ou rotativo, com mensagem publicitária em mono ou dupla face, ou ainda diretamente pintado ou colocado na fachada, podendo ser iluminado ou luminoso;

x) Anúncio eletrónico e eletromagnético: sistema computadorizado de emissão de mensagens por imagem, vídeo, e áudio, ou conjugadamente, com possibilidade de ligação a sinal de TV e similares;

y) Anúncio iluminado: suporte publicitário sobre o qual se faz incidir intencionalmente uma fonte de luz;

z) Anúncio luminoso: suporte publicitário que emite luz própria;

aa) Bandeira: insígnia inscrita em pano, de uma ou mais cores, identificativa de países, entidades, organizações e outros, ou com fins comerciais;

bb) Bandeirola: suporte publicitário rígido, que permaneça oscilante, afixado em poste, equipamento, ou estrutura similar;

cc) Pendão: suporte publicitário, em pano, lona, plástico ou outro material não rígido, fixo a um poste ou equipamento similar, que apresenta como forma característica o predomínio acentuado da dimensão vertical, e que permaneça oscilante;

dd) Mastro: Estrutura de suporte, vertical e rígida, estabilizada e inserida no solo, destinada a ostentar bandeiras ou similares;

ee) Faixas/fitas: suportes publicitários com inscrição de mensagem em tela, e destacada da fachada do edifício;

ff) Lona/tela: suporte publicitário, com mensagem inscrita em tela, afixada nas empenas dos edifícios ou noutros suportes;

gg) Letras soltas ou símbolos: mensagem publicitária não luminosa, diretamente aplicada nas fachadas dos edifícios, nas montras, nas portas ou janelas;

hh) Mini-painel: suporte publicitário, de divulgação de mensagem estática e ou rotativa, inscrita em mono ou dupla face, envolvido por moldura ou não, com estrutura de apoio fixada diretamente no solo, com ou sem iluminação, de área máxima 6,0 m²;

ii) Painel: suporte publicitário, de divulgação de mensagem estática e ou rotativa, inscrita em mono ou dupla face, envolvido por moldura ou não, com estrutura de apoio fixada diretamente no solo, com ou sem iluminação;

jj) Placa: suporte publicitário não luminoso aplicado em paramento visível, com ou sem emolduramento, cuja maior dimensão não excede 1,50 m;

kk) Tabuleta/chapa: suporte publicitário não luminoso aplicado e ou pintado em paramento liso, visível, usualmente destinado a divulgar escritórios, consultórios, ou outras atividades similares, cuja maior dimensão não exceda 0,60 m e a espessura ou dimensão da maior saliência não exceda 0,05 m;

ll) Cartaz: suporte publicitário em papel ou cartão, com mensagem publicitária inscrita;

mm) Direcionador: suporte publicitário, mono ou de dupla face, com mensagem publicitária indicadora de direção de estabelecimento comercial, ou conjunto, destinado a atividades de cariz comercial, industrial, ou de serviços, com individualização da atividade, marca comercial, logótipo, ou da pessoa coletiva em causa, geralmente em forma de seta, ou esta inscrita;

nn) Mupi: suporte publicitário de mobiliário urbano, integrado ou não noutro elemento (abrigo de paragem de transportes coletivos), em mono ou dupla face, dotada de iluminação interior, concebida para afixar de cartazes publicitários e outras mensagens publicitárias;

oo) Totem: suporte publicitário, de informação ou de identificação, singular ou coletivo, normalmente constituído por estrutura de dupla face em suporte monolítico, podendo ser luminoso, iluminado ou não iluminado;

pp) Expositor: qualquer estrutura de exposição destinada a apoiar estabelecimentos comerciais, instalada no espaço público mas nas imediações dos respetivos, própria para apresentação de produtos vendáveis no interior dos mesmos;

qq) Vitrina: mostrador envidraçado ou transparente, embutido ou saliente, com ou sem moldura, colocado na fachada dos estabelecimentos comerciais, onde se expõem objetos e produtos vendáveis no interior dos respetivos estabelecimentos comerciais, ou onde se afixam informações;

rr) Pala: elemento rígido de proteção contra agentes climatéricos saliente de edificação e com predomínio da dimensão horizontal (consola), encastrado nos paramentos das fachadas, que possa suportar a afixação, ou inscrição de mensagem publicitária;

ss) Toldo: elemento de proteção contra agentes climatéricos, feito de lona ou material não rígido similar, rebatível, aplicável em qualquer tipo de vão, nomeadamente em montras, janelas ou portas de estabelecimentos comerciais, no qual pode estar inserida uma mensagem publicitária;

tt) Sanefa: elemento vertical de proteção contra agentes climatéricos, feito de lona ou material similar, colocado transversalmente na parte inferior dos toldos, ou aplicado a arcadas ou vãos de estabelecimentos comerciais, no qual pode estar inserida uma mensagem publicitária;

uu) Relógios e termómetros: aparelho, elétrico ou eletrónico, com inserção de dados por meio de suporte informático ou não, de divulgação da hora e da temperatura ambiente;

vv) Dispositivos publicitários aéreos cativos: suportes publicitários insufláveis, sem contacto com o solo, mas a ele espiados;

ww) Dispositivos publicitários aéreos não cativos: suportes publicitários instalados em aeronaves, helicópteros, balões, parapentes, asas-deltas, paraquedas, e similares, que não estejam afixados, ou espiados ao solo;

Artigo 5.º

Obrigatoriedade do licenciamento ou comunicação

1 — Em caso algum é permitido qualquer tipo de publicidade ou outra utilização do espaço público constante deste Regulamento, sem prévio licenciamento ou comunicação à Câmara Municipal de Santa Maria da Feira ou, consoante os casos, de concessão, nos termos legalmente previstos.

2 — Nos casos em que a afixação ou inscrição de mensagens publicitárias ou ocupação do espaço público exija a execução de obras de construção civil ficam as mesmas cumulativamente sujeitas ao respetivo regime legal aplicável, salvo as que sejam consideradas de escassa relevância urbanística nos termos do Regulamento Municipal de Urbanização e Edificação.

3 — É proibida a afixação e a inscrição de mensagens publicitárias em qualquer bem sem o consentimento dos proprietários, possuidores ou detentores dos mesmos.

Artigo 6.º

Publicidade isenta de licenciamento mas sujeita a critérios

1 — Não se encontra sujeita a licenciamento, a publicidade que se revista das seguintes características:

a) Quando as mensagens publicitárias de natureza comercial são afixadas ou inscritas em bens de que são proprietárias ou legítimas possuidoras ou detentoras entidades privadas e não são visíveis ou audíveis a partir do espaço público;

b) Quando as mensagens publicitárias de natureza comercial são afixadas ou inscritas em bens de que são proprietárias ou legítimas possuidoras ou detentoras entidades privadas e a mensagem publicitária os sinais distintivos do comércio do estabelecimento ou do respetivo titular da exploração ou está relacionada com bens ou serviços comercializados no prédio em que se situam, ainda que sejam visíveis ou audíveis a partir do espaço público;

c) Quando as mensagens publicitárias de natureza comercial ocupam o espaço público contíguo à fachada do estabelecimento e publicitam os sinais distintivos do comércio do estabelecimento ou do respetivo titular da exploração ou estão relacionadas com bens ou serviços comercializados no estabelecimento.

2 — Considera-se como contíguo à fachada do estabelecimento, para efeitos da alínea c) do número anterior, a mensagem de publicidade que tenha contacto, suporte ou apoio permanente na sobredita fachada, e num desenvolvimento máximo de 70 cm (balanço, extensão), desde que verificadas as regras definidas nos anexos ao presente Regulamento.

3 — Excetuam-se da definição contida no número anterior os toldos com balanço até 2,0 m (extensão);

4 — A publicidade a que se reporta as alíneas b) e c) do n.º 1 do presente artigo encontra-se sujeita às especificações técnicas constantes dos anexos do Regulamento, bem como as medidas de tutela da legalidade e regime sancionatório em termos contraordenacionais.

Artigo 7.º

Natureza das licenças

1 — As licenças concedidas no âmbito do presente regulamento são consideradas precárias e são emitidas pelo prazo de um ano.

2 — O disposto no número anterior aplica-se, com as devidas adaptações, as comunicações efetuadas, nos termos da lei.

Artigo 8.º

Duração e caducidade

1 — O direito de ocupação do espaço público e ou afixação, inscrição e difusão de mensagens publicitárias pode ser concedido por qualquer período de tempo, não inferior, no entanto, à unidade dia, até ao máximo de um ano.

2 — A licença caduca nos seguintes casos:

a) Sempre que o requerente não solicite a sua renovação antes do termo do prazo fixado na licença;

b) Sempre que o prazo concedido para o licenciamento tenha expirado;

c) Por perda pelo titular do direito ao exercício da atividade referida na licença;

d) A Câmara Municipal decidir pela não renovação da respetiva licença.

Artigo 9.º

Taxas

1 — As taxas decorrentes da aplicação do presente Regulamento são as que se encontram previstas no Regulamento e Tabela de Taxas e Outras Receitas não Urbanísticas do Município de Santa Maria da Feira, as quais são divulgadas no portal do Município e, nos casos aplicáveis (ou seja, de mera comunicação prévia e de comunicação prévia com prazo) no “Balcão do Empreendedor”.

2 — A liquidação do valor das taxas no regime de licenciamento efetuada aquando do levantamento da licença ou no caso de renovação, no prazo fixado para o efeito sob pena de caducidade do respetivo direito.

3 — No caso de mera comunicação prévia ou de comunicação prévia com prazo a liquidação das taxas é efetuada automaticamente no “Balcão do Empreendedor”.

Artigo 10.º

Isenções e Reduções

As reduções e isenções específicas aplicáveis ao presente Regulamento são as previstas no Regulamento Municipal de Taxas e Outras Receitas não Urbanísticas do Município de Santa Maria da Feira.

Artigo 11.º

Áreas de salvaguarda do património (núcleos antigos e centros históricos)

O licenciamento ou comunicação de toda a publicidade e ocupação do espaço público que incida sobre as áreas de salvaguarda do património (núcleos antigos e centros históricos) do concelho de Santa Maria da Feira ficam sujeitos as disposições constantes deste Regulamento, nomeadamente as normas específicas previstas no Capítulo VII.

Artigo 12.º

Critérios de outras entidades

Os critérios definidos por outras entidades com jurisdição sobre a área do Concelho são, os que se encontram previstos no Anexo IV do presente Regulamento.

Artigo 13.º

Exclusivos

A Câmara Municipal poderá conceder, nos locais de domínio municipal, mediante concurso público de concessão, exclusivos de exploração publicitária, podendo reservar alguns espaços para difusão de mensagens relativas a atividades do Município ou apoiadas por ele.

Artigo 14.º

Informação municipal

Nos locais do domínio público ou privado municipal destinados à colocação de publicidade, a Câmara Municipal pode reservar uma área própria destinada a difundir informação municipal.

Artigo 15.º

Direcionadores

1 — Só é autorizada a colocação no espaço público de setas indicativas de direção de âmbito comercial — direcionadores, quando não colidam, se confundam, se sobreponham ou interfiram com o sistema de sinalização vertical de orientação da rede viária municipal, e desde que cumpram todos os requisitos técnicos estabelecidos no presente regulamento, designadamente no que se refere a critérios de segurança rodoviária, coerência do sistema e ambiência rodoviária, comodidade e conforto para a condução.

2 — A colocação de direcionadores nas áreas de salvaguarda do património (núcleos antigos e centros históricos) deve obedecer ao modelo definido pela Câmara Municipal de Santa Maria da Feira.

3 — Em qualquer dos casos, a conceção desta sinalização de direção comercial deve respeitar os critérios e conceitos vertidos no Regulamento de Sinalização do Trânsito (aprovado pelo D.R. n.º 22-A/98, de 1 de outubro, com a redação que lhe foi dada por posteriores alterações).

CAPÍTULO II

Princípios

Artigo 16.º

Princípio geral

O presente Regulamento define os critérios de localização, instalação e adequação, formal e funcional, dos diferentes tipos de suportes publicitários e outras utilizações do espaço público, relativamente envolvente urbana, numa perspectiva de qualificação do espaço público, de respeito pelas componentes ambientais e paisagísticas e de melhoria da qualidade de vida no Município, o que implica a observância dos critérios constantes dos artigos seguintes, bem como dos anexos ao presente Regulamento.

Artigo 17.º

Segurança de pessoas e bens

1 — Não é permitida a ocupação do espaço público com suportes publicitários ou outros meios de utilização do espaço público sempre que:

a) Prejudique a segurança de pessoas e bens, nomeadamente na circulação pedonal, rodoviária e ferroviária;

b) Prejudique a saúde e o bem-estar de pessoas, o seu sossego e tranquilidade, nomeadamente por produzir níveis de ruído acima dos admissíveis por lei;

c) Prejudique terceiros;

d) Dificulte o acesso dos peões a edifícios, jardins, praças e restantes espaços públicos, bem como a imóveis de propriedade privada;

e) Prejudique, a qualquer título, a acessibilidade de cidadãos portadores de deficiência ou pessoas com mobilidade condicionada tanto a edifícios, jardins, praças e restantes espaços públicos como a imóveis de propriedade privada;

f) Prejudique a visibilidade dos automobilistas sobre a sinalização de trânsito, as curvas, cruzamentos e entroncamentos e no acesso a edificações ou a outros espaços;

g) Apresente mecanismos, disposições, formatos ou cores que possam confundir-se com a sinalização de tráfego e ou possam distrair ou provocar o encadeamento dos peões ou automobilistas;

h) Diminua a eficácia da iluminação pública;

i) Prejudique ou dificulte a circulação de veículos de socorro ou emergência;

j) Prejudique ou dificulte a visibilidade de e para as vias ferroviárias e canais.

2 — É interdita a ocupação do espaço público com suportes publicitários de qualquer tipo quando se situem em túneis, cruzamentos, entroncamentos, curvas, rotundas e outras situações semelhantes, que correspondam ao prolongamento visual das faixas de circulação automóvel, passíveis de se depararem frontalmente aos automobilistas, isto é, está interdita a ocupação /obstrução dos triângulos de visibilidade do condutor nas interseções referidas.

3 — Não pode ser licenciada ou objeto de qualquer tipo de comunicação, a instalação, afixação ou inscrição de mensagens publicitárias sempre que se pretenda colocar em sinais de trânsito, semáforos, postes públicos e candeeiros, placas toponímicas e números de polícia e em sinais de trânsito, semáforos, placas informativas sobre edifícios com interesse público.

4 — É interdita a instalação ou inscrição de mensagens em equipamento móvel urbano, nomeadamente papeleiras ou outros recipientes utilizados para a higiene e limpeza pública.

5 — É igualmente interdita a ocupação do espaço público com elementos de equilíbrio instável (por exemplo: tripé), com dimensões e características que possam por em causa a segurança e as normas de acessibilidade.

Artigo 18.º

Preservação e valorização dos espaços públicos

Não é permitida a ocupação do espaço público com suportes publicitários ou outros meios de utilização do espaço público sempre que:

a) Prejudique ou possa contribuir, direta ou indiretamente, para a degradação da qualidade dos espaços públicos;

b) Possa impedir, restringir ou interferir negativamente no funcionamento das atividades urbanas ou de outras utilizações do espaço ou ainda quando dificulte aos utentes a fruição dessas mesmas atividades em condições de segurança e conforto;

c) Contribua para o mau estado de conservação e salubridade dos espaços públicos;

d) Contribua para a descaracterização da imagem e da identidade dos espaços e dos valores urbanos, naturais ou construídos, emblemáticos do Concelho;

e) Dificulte o acesso e ação das entidades competentes, as infraestruturas existentes no Município, para efeitos da sua manutenção e ou conservação.

Artigo 19.º

Preservação e valorização dos sistemas de vistas

Não é permitida a ocupação do espaço público com suportes publicitários ou outros meios de utilização do espaço público, nomeadamente quando:

- a) Prejudique o aspeto natural da paisagem;
- b) Prejudique as panorâmicas das áreas de salvaguarda do património (núcleos antigos e centros históricos) do concelho de Santa Maria da Feira;
- c) Prejudique a visibilidade de placas toponímicas e números de polícia;
- d) Prejudique a visibilidade ou a leitura ou se sobreponha a cunhais, pilastras, cornijas, emolduramentos de vãos de portas e janelas, gradeamentos e outros elementos com interesse arquitetónico ou decorativo de edifícios, monumentos ou locais de interesse histórico ou cultural;
- e) Prejudique a beleza, o enquadramento ou a perceção de monumentos nacionais, de edifícios de interesse público ou outros suscetíveis de serem classificados pelas entidades públicas, conjuntos urbanos tradicionais e de todas as restantes áreas protegidas patrimonialmente, assim como o seu enquadramento orgânico, natural ou construído, definidos nos termos da legislação aplicável;
- f) Prejudique a visibilidade ou a leitura das linhas arquitetónicas do imóvel onde ficar instalada e da sua envolvente;
- g) Prejudique a fruição de vistas dos ocupantes dos edifícios.

Artigo 20.º

Valores históricos e patrimoniais

1 — Não é permitida a utilização do espaço público com suportes publicitários ou outros meios de utilização do espaço público sempre que se refira a:

- a) Edifícios, monumentos ou locais de interesse histórico, arqueológico, cultural, arquitetónico ou paisagístico, igrejas e outros templos, cemitérios, centros e núcleos de interesse histórico;
- b) Locais em que se sobreponha a cunhais, pilastras, cornijas, desenhos, pinturas, painéis de azulejos, esculturas, emolduramentos de vãos de portas e janelas, gradeamentos e outros elementos com interesse arquitetónico ou decorativo;
- c) Imóveis classificados ou em vias de classificação;
- d) Imóveis onde funcionem serviços públicos, designadamente sedes de órgãos de soberania ou de autarquias locais;
- e) Todas as restantes áreas protegidas patrimonialmente, assim como o seu enquadramento orgânico, natural ou construído, definidos nos termos da legislação ou regulamentação aplicável.

2 — Quando a mensagem publicitária se circunscreva à identificação da atividade exercida e de quem a exerce e desde que não exceda as dimensões de 0,20 m x 0,30 m e seja colocada junto a porta principal do imóvel, as interdições previstas no número anterior podem não ser aplicadas, mediante deliberação expressa da Câmara Municipal e parecer do IGESPAR — Instituto de Gestão do Património Arquitetónico e Arqueológico, quando aplicável.

Artigo 21.º

Preservação e valorização das áreas verdes

1 — Não é permitida a utilização do espaço público com suportes publicitários ou outros meios de utilização do espaço público, sempre que:

- a) Prejudique ou possa contribuir, direta ou indiretamente, para a degradação da qualidade das áreas verdes;
- b) Implique a ocupação ou pisoteio de superfícies ajardinadas e zonas interiores dos canteiros;
- c) Implique afixação em árvores ou arbustos, designadamente com perfuração, amarração ou colagem;
- d) Impossibilite ou dificulte a conservação das áreas verdes.

2 — Nas áreas verdes de proteção, áreas verdes de recreio, lazer e pedagogia, designadamente parques e jardins públicos só podem ser emitidas licenças para afixação ou inscrição de mensagens publicitárias ou outros meios de utilização do espaço público, em resultado de

contratos de concessão de exploração ou de deliberação camarária nos seguintes casos:

- a) Em equipamentos destinados à prestação de serviços coletivos;
- b) Em mobiliário municipal e em mobiliário urbano das empresas concessionárias de serviços públicos ou equivalentes.

3 — Em qualquer dos casos referidos no número anterior, as mensagens não podem exceder os limites ou contornos da peça, edifício ou elementos construídos.

Artigo 22.º

Outros limites

1 — São expressamente proibidos:

- a) Os letreiros de natureza comercial, diretamente pintados sobre a fachada dos imóveis, com exceção de letras pintadas nas fachadas dos edifícios, desde que compatíveis com a estética e a envolvente urbana e quando as condições de localização dos mesmos não permitam ou dificultem outras soluções;
- b) As inscrições ou pinturas murais em monumentos nacionais, edifícios religiosos, sedes de autarquias locais, sinais de trânsito, placas de trânsito, placas de sinalização rodoviária, interior de repartições ou edifícios públicos ou franqueados ao público, incluindo estabelecimentos comerciais e centro histórico declarado como tal pela competente legislação urbanística;
- c) Os “grafitis” de qualquer natureza, independentemente do seu conteúdo, exceto nos locais para o efeito definidos pela Câmara Municipal de Santa Maria da Feira;
- d) Os cartazes ou afins, afixados sem suporte autorizado, através de perfuração, colagem ou outros meios semelhantes;
- e) A ocupação do espaço público com instalações que perturbem a visibilidade das montras dos estabelecimentos comerciais, salvo se instalada pelo proprietário dos mesmos;
- f) A publicidade em estabelecimento comercial ou ocupação do espaço público solicitada por este, sem que o mesmo se encontre devidamente licenciado;
- g) A afixação ou inscrição de mensagens publicitárias em viadutos rodoviários, ferroviários e passagens superiores para peões.

Artigo 23.º

Publicidade nas vias municipais

Sem prejuízo do disposto nos artigos anteriores, a publicidade a afixar nas imediações das vias municipais fora dos aglomerados urbanos deve obedecer ao disposto nos artigos 68.º a 70.º e 79.º do Regulamento Geral das Estradas e Caminhos Municipais, aprovado pela Lei n.º 2110, de 19 de agosto de 1961 na sua redação atual.

Artigo 24.º

Conteúdo da mensagem publicitária

Sem prejuízo do constante na legislação aplicável, designadamente o rigoroso cumprimento das disposições do Código da Publicidade, a mensagem publicitária deve respeitar a utilização de idiomas de outros países, só sendo permitida quando o seu conteúdo tenha por destinatários exclusivos ou principais os estrangeiros, quando se trate de firmas, nomes de estabelecimentos, marcas e insígnias devidamente registadas ou de expressões referentes ao produto publicitado.

CAPÍTULO III

Procedimento de licenciamento e de comunicações

SECÇÃO I

Licenciamento e Comunicações

Artigo 25.º

Formulado do pedido de licenciamento

1 — O pedido de licenciamento deve ser efetuado preferencialmente por meio de requerimento segundo o modelo uniforme disponibilizado pela Autarquia designadamente na página do Município de Santa Maria da Feira, em www.cm-feira.pt, dirigido ao Presidente da Câmara e deve conter os seguintes elementos:

- a) A identificação e residência ou sede do requerente, incluindo o número de Bilhete de Identidade ou Cartão do Cidadão, data e local da

respetiva emissão, no caso de pessoas singulares nacionais ou número e demais dados do respetivo passaporte, no caso de pessoas singulares estrangeiras;

b) O número de identificação fiscal da pessoa individual ou coletiva e fotocópia do registo comercial, no caso desta última, podendo ainda apresentar o código de acesso a certidão permanente do registo comercial, caso se trate de pessoa coletiva sujeita a registo comercial;

c) A menção à legitimidade do requerente, designadamente proprietário, possuidor, locatário, mandatário ou titular de outro direito que permita a apresentação do pedido, a qual deve ser devidamente comprovada;

d) A indicação exata do local a ocupar ou para o qual se pretende efetuar o licenciamento;

e) O período de ocupação, utilização, difusão ou visualização pretendido.

2 — Sem prejuízo dos demais elementos a aditar em função dos meios de publicitação ou ocupação dos espaços públicos específicos, o requerimento deve ser acompanhado de:

a) Documento comprovativo de que é proprietário, possuidor, locatário, mandatário ou titular de outro direito sobre o bem no qual se pretende afixar ou inscrever a mensagem publicitária ou que baseie a sua pretensão de ocupação do espaço público;

b) No caso de o requerente não possuir qualquer direito sobre os bens a que se refere o pedido de licenciamento, deve juntar autorização do respetivo proprietário, bem como documento que prove essa qualidade;

c) Certidão da conservatória de registo predial, quando o pedido incida sobre bens imóveis;

d) No caso de edifícios submetidos ao regime de propriedade horizontal nos termos da lei em vigor, o requerente deve juntar ata de reunião do condomínio ou documento equivalente na qual seja autorizada a instalação de publicidade e ocupação do espaço aéreo;

e) Memória descritiva do meio de suporte publicitário, textura e cor dos materiais a utilizar ou da utilização pretendida para o espaço público a ocupar;

f) Planta de localização a escala 1:1000 com indicação do local pretendido para utilização e outro meio mais adequado para a sua exata localização, quando necessário;

g) Peça desenhada suficientemente representativa e detalhada do elemento suporte publicitário ou ocupação pretendida, a escala igual ou superior a 1/20, com indicação do elemento a licenciar, bem como da forma, dimensão e balanço de afixação, quando aplicável;

h) Termo de responsabilidade subscrito pelo titular do direito ou contrato de seguro de responsabilidade civil celebrado para período compatível com o licenciamento pretendido para meio ou suporte publicitário ou para uma ocupação do espaço, eventualmente, representar um perigo para a segurança das pessoas ou bens.

i) Termo de responsabilidade do técnico, caso se trate de anúncios luminosos, iluminados ou eletrónicos, ou painéis cujas estruturas se pretendam instalar acima de 4,00 metros do solo.

3 — Salvo casos devidamente fundamentados pela natureza do evento, o pedido de licenciamento deve ser requerido com a antecedência mínima de 30 dias em relação à data pretendida para o início da ocupação ou utilização.

4 — Com a apresentação do pedido de licenciamento de publicidade, ocupação do espaço público é devido o preparo previsto no Regulamento Municipal de Taxas e Outras Receitas do Município de Santa Maria da Feira.

5 — Para a instrução do processo de licenciamento, o interessado deve colher previamente os pareceres legais e regulamentarmente exigidos, em função do caso concreto, designadamente do IGESPAR, IP, da Estradas de Portugal, SA, do IMT, do Turismo de Portugal, IP, do Instituto da Conservação da Natureza e da Biodiversidade, IP, da Autoridade Nacional de Segurança Rodoviária, ou das entidades/organismos que os sucedam nas respetivas competências.

6 — A formulação do pedido deve, preferencialmente ser feita em suporte digital.

Artigo 26.º

Formulação do pedido de Mera Comunicação Prévias e Comunicação Prévias com Prazo

1 — Não se encontra sujeito a licenciamento, mas deve ser objeto de mera comunicação prévia ao Município, através do “Balcão do Empreendedor”, a ocupação do espaço público que se revista das seguintes características e a localização do mobiliário urbano que respeitar os seguintes limites:

a) No caso dos toldos e das respetivas sanefas, das floreiras, das vitrinas, dos expositores, das áreas e máquinas de gelados e dos brin-

quedos mecânicos, quando a sua instalação for efetuada junto à fachada do estabelecimento;

b) No caso das esplanadas abertas, quando a sua instalação for efetuada em área contígua a fachada do estabelecimento e a ocupação transversal da esplanada não exceder a largura da fachada do respetivo estabelecimento;

c) No caso dos guarda ventos, quando a sua instalação for efetuada junto das esplanadas, perpendicularmente ao piano marginal da fachada e o seu avanço não ultrapassar o da esplanada;

d) No caso dos estrados, quando a sua instalação for efetuada como apoio a uma esplanada e não exceder a sua dimensão;

e) No caso dos suportes publicitários:

i) Quando a sua instalação for efetuada na área contígua à fachada do estabelecimento e não exceder a largura da mesma; ou

ii) Quando a mensagem publicitária for afixada ou inscrita na fachada ou em mobiliário urbano referido nas alíneas anteriores.

2 — A comunicação referida no número anterior, sem prejuízo de outros elementos identificados em portaria dos membros do Governo responsáveis pelas áreas da modernização administrativa, das autarquias locais e da economia, deve conter os seguintes dados:

a) A identificação do titular da exploração do estabelecimento, com menção do nome ou firma e do número de identificação fiscal;

b) O código de acesso a certidão permanente do registo comercial, caso se trate de pessoa coletiva sujeita a registo comercial ou fotocópia do registo comercial;

c) Consentimento de consulta da declaração de início ou de alteração de atividade, caso se trate de pessoa singular;

d) O endereço da sede da pessoa coletiva ou do empresário em nome individual;

e) O endereço do estabelecimento ou armazém e o respetivo nome ou insígnia;

f) A identificação das características e da localização do mobiliário urbano a colocar, com os elementos genéricos referidos nas alíneas j), g), h) n.º 2 do artigo anterior, os elementos específicos constantes das subalíneas vi), vii), ix), x) e xi) do n.º 2 do artigo 27.º e respeitando as especificações técnicas constantes dos anexos ao presente Regulamento;

g) Declaração do titular da exploração de que respeita integralmente as obrigações legais e regulamentares sobre a ocupação do espaço público.

3 — No caso em que o equipamento referido no n.º 1 do presente artigo não respeitar as características e limites constantes do mesmo, a utilização do espaço público encontra-se sujeita ao procedimento de comunicação prévia com prazo, a ser submetida a despacho do Presidente da Câmara, nos termos do previsto no Decreto-Lei n.º 48/2011, de 1 de abril.

4 — A apresentação da mera comunicação prévia e comunicação prévia com prazo pressupõe, em qualquer das suas modalidades, como condição de procedibilidade, a prévia liquidação no “Balcão do Empreendedor” das taxas especialmente previstas no Regulamento Municipal de Taxas e Outras Receitas do Município de Santa Maria da Feira, as quais são devidas para a utilização a que se reporta ou sua fração.

5 — A comunicação prévia com prazo referida no n.º 3 do presente artigo é instruída com os elementos referidos no n.º 2 do mesmo.

6 — Considera-se como contígua à fachada do estabelecimento, para efeitos da subalínea i) da alínea e) do n.º 1 do presente artigo, o suporte de publicidade que tenha contacto, suporte ou apoio permanente na sobredita fachada.

7 — A ocupação do espaço público a que se reporta os números 1.º e 3.º do presente artigo encontra-se sujeita ao artigo 5.º, artigo 6.º n.º 2 e 3, aos artigos 8.º a 16.º, aos artigos 28.º a 31.º, 35.º a 42.º, as especificações técnicas constantes dos anexos do Regulamento, bem como as medidas de tutela da legalidade e regime sancionatório, em termos contraordenacionais.

Artigo 27.º

Elementos específicos

1 — No âmbito da publicidade, sem prejuízo do referido no artigo anterior, devem ser juntos ao processo:

a) Para a publicidade com cartazes temporários relativos a eventos: Declaração da entidade promotora pela qual a mesma se compromete, no prazo de 5 dias úteis após o acontecimento, a retirar a publicidade;

b) Para a publicidade exibida em veículos particulares, de empresa e transportes públicos: Desenho do meio ou suporte, com indicação da forma e dimensões da inscrição ou afixação; fotografia a cores do(s) veículo(s) com montagem do grafismo a colocar e com a matrícula

legível, aposta em folha A4; Fotocópia do registo de propriedade e do livrete do veículo, declaração do proprietário do veículo, quando não seja o representante, autorizando a colocação de publicidade; Comprovativo do pagamento do Imposto Único de Circulação;

c) Para a publicidade exibida em reboques: Desenho do meio ou suporte aplicado no reboque, com indicação da forma e dimensões da inscrição ou afixação, fotografia a cores do(s) mesmo(s) com montagem do grafismo a colocar e com a matrícula do veículo que reboca legível, aposta em folha A4; esquema com o percurso do reboque publicitário; quando for acompanhado de publicidade sonora, pedido da licença especial de ruído. Caso se trate de publicidade em veículos pesados ou atrelados/reboques que ultrapassem as medidas normais previstas na legislação, é necessário, para além dos elementos referidos nesta alínea, cópia da autorização especial de trânsito;

d) Para publicidade exibida em transportes aéreos e não cativos: Plano de voo da aeronave e declaração, sob compromisso de honra, de que a ação publicitária não contende com zonas sujeitas a servidões militares ou aeronáuticas;

e) Para a publicidade exibida em dispositivos aéreos cativos: Declaração sob compromisso de honra, de que a ação publicitária não contende com zonas sujeitas a servidões militares ou aeronáuticas, autorização prévia e expressa dos titulares de direitos ou jurisdição sobre os espaços onde se pretende a sua instalação;

f) Para a publicidade sonora direta na via pública ou para a via pública: licença especial de ruído;

g) Para a publicidade em mupis: planta de localização;

h) Para a publicidade em mastros e bandeiras: descrição ou esquema da bandeira;

i) Campanha publicitária de rua: Maquete do panfleto ou produto a divulgar e desenho do equipamento de apoio, descrição sucinta da campanha com indicação da forma, dimensões e balanço de afixação, quando for o caso; número de participantes e modo de identificação dos mesmos;

j) Para a realização de filmagens ou sessões fotográficas em equipamentos e edifícios municipais: memória descritiva da filmagem;

k) Para a realização de filmagens ou sessões fotográficas em espaço público: memória descritiva da filmagem.

l) No âmbito da ocupação de espaços de domínio público sob jurisdição municipal, sem prejuízo do referido no artigo anterior, devem ser juntos ao processo:

I) Ocupação do domínio público aéreo com aparelho de ar condicionado (independentemente do procedimento a que houver lugar no âmbito do Regime Jurídico de Urbanização e Edificação, doravante designado por RJUE): fotografia, catálogo ou desenho do equipamento;

II) Ocupação do solo:

i) Com ocupações temporárias ou semelhantes com publicidade inscrita: indicação do conteúdo da mensagem publicitária;

ii) Com armários da TV Cabo e Gás Natural: projeto tipo do operador, caso exista;

iii) Quiosques com publicidade: desenho da banca a colocar com a indicação das dimensões, do material, cor e produto a divulgar;

iv) Quiosques, pavilhões, roulottes e stands destinados à comercialização de imóveis sem publicidade inscrita: Cópia autenticada do registo da empresa no INCI — Instituto da Construção e do Imobiliário;

v) Quiosques, pavilhões, roulottes e stands destinados à comercialização de imóveis com publicidade inscrita: Cópia autenticada do registo da empresa no INCI, menção da mensagem publicitária a divulgar;

vi) Com guarda ventos e semelhantes: desenho de equipamento escala de 1:10 ou 1:20;

vii) Com esplanadas abertas com ou sem publicidade: fotografia, catálogo ou desenho do equipamento amovível a utilizar (mesas, cadeiras e chapéus de sol), planta de implantação da esplanada à escala de 1:50;

viii) Com esplanadas fechadas, com ou sem publicidade: a descrição gráfica prevista na alínea h) do n.º 2 do artigo 26.º deve abranger não só a área do estabelecimento como toda a área envolvente lateral e superiormente; o projeto deve conter ainda desenhos de plantas, cortes e alçados do piso e cobertura à escala de 1:50, cotados com indicação de cores e materiais incluindo a referência à largura e configuração de passeio, localização de passadeiras, árvores, caldeiras, candeeiros, bocas-de-incêndio e outros obstáculos existentes; pormenores construtivos escala adequada; fotografia, catálogo ou desenho do equipamento amovível a utilizar (mesas, cadeiras e outros); o pedido deve ser acompanhado de termo de responsabilidade de técnico no âmbito da engenharia, caso se trate de estruturas cujas características o exijam;

ix) Estrados: desenho à escala de 1/20 e os elementos referidos no ponto xi) quando aplicáveis;

x) Com balanças, expositores, ou arcas ou máquinas de gelados: fotografia, catálogo ou desenho do equipamento;

xi) Com floreiras: fotografia, catálogo ou desenho do equipamento a utilizar indicando, com precisão, as respetivas dimensões e o local da colocação;

xii) Com equipamento de engraxadores manuais ou mecânicos: desenho do equipamento à escala 1:20 com os dizeres ou publicidade, caso existentes;

xiii) Com roulottes ou carrinhas-bar: habilitação legal para o exercício da atividade;

xiv) Ocupações temporárias (circos, carroséis, instalações de divertimentos, mecânicos ou não, e outras ocupações do espaço público com atividades de caráter cultural, social, desportivo e religioso): memória descritiva com indicação da área a ocupar, do período de utilização e planta topográfica, sem prejuízo de outros elementos necessários no âmbito do procedimento de licenciamento do recinto, quando for o caso;

xv) Com equipamento para a realização de filmagens e sessões fotográficas: planta do local; descrição da filmagem e previsão da duração da mesma;

xvi) Com cabines telefónicas caso não estejam integradas na rede de telecomunicações fixa: Projeto-tipo aprovado pela operadora de telecomunicações;

xvii) Câmaras, caixas de visita e afins, independentemente dos procedimentos a que houver lugar nos termos do RJUE, desde que acima do solo: Projeto-tipo aprovado pela respetiva operadora, indicação esquemática da ligação à rede pública e licença de ocupação do subsolo com a mesma;

xviii) Abrigos de transportes públicos: Projeto-tipo municipal ou projeto proposto pelo operador de transportes públicos respetivo e aprovado pela Autarquia caso aplicável.

Artigo 28.º

Elementos complementares

1 — Poderá ainda ser exigido, ao requerente, a indicação de outros elementos, sempre que se verifiquem necessários para a apreciação do pedido, designadamente:

a) Autorização de outros proprietários, possuidores, locatários ou outros detentores legítimos que possam vir a sofrer danos com a afixação ou inscrição da publicidade ou ocupação do espaço pretendidas;

b) Estudos de integração visual ou paisagística quando a publicidade se revele de grande impacto;

c) Projeto de ocupação de espaço público, quando a ocupação pretendida seja relevante e interfira em áreas pedonais;

2 — O requerente deve juntar os elementos solicitados nos 20 dias seguintes a comunicação efetuada pelos serviços, sob pena de, não o fazendo, ser o procedimento oficiosamente arquivado.

Artigo 29.º

Suprimento das deficiências do requerimento inicial

Se o pedido de licenciamento não satisfizer o disposto nos artigos 25.º e 27.º ou caso seja necessária a prestação de informações ou a apresentação de provas deve o requerente ser notificado para suprir as deficiências existentes, no prazo de 20 dias contados a partir da data da notificação, sob pena de, não o fazendo, ser o procedimento oficiosamente arquivado.

Artigo 30.º

Condições de indeferimento

O pedido é indeferido com base em qualquer dos seguintes fundamentos:

a) Não se enquadrar no princípio geral estabelecido no artigo 16.º;

b) Não respeitar as proibições estabelecidas nos artigos 17.º a 24.º;

c) Não respeitar as características gerais e as regras sobre a instalação de suportes publicitários, estabelecidas no Capítulo V;

d) Não respeitar as condições técnicas específicas estabelecidas nos Capítulos VI a VII;

e) Não respeitar os limites impostos pela legislação aplicável a atividades ruidosas, quando se tratar de licenciamento de publicidade sonora, nos termos do Regulamento Geral do Ruído;

f) Não cumprir o estabelecido nos artigos 25.º a 29.º;

g) Se o requerente for devedor a Câmara Municipal de quaisquer dívidas, salvo se tiver sido deduzida reclamação ou impugnação e prestada garantia idónea, nos termos da lei;

h) Quando por motivos imprevistos de ordem objetiva, não concretizáveis nem ponderáveis no momento de apresentação do pedido, seja manifestamente inviável, atendendo a motivos de ordem jurídica ou física, deferir a pretensão.

Artigo 31.º

Audiência prévia

Sem prejuízo do disposto no artigo 103.º do Código de Procedimento Administrativo, em caso de projetado indeferimento do pedido de licenciamento, deve o direito de audição do requerente ser assegurado.

Artigo 32.º

Decisão

Sem prejuízo de outras menções especialmente exigidas, devem constar da decisão proferida pelo órgão instrutor, os seguintes elementos:

- a) A identificação do requerente (nome ou denominação social do requerente consoante se trate de pessoa singular ou pessoa coletiva);
- b) A enunciação do pedido formulado;
- c) A descrição da situação existente;
- d) A discriminação dos pareceres existentes e sua natureza, obrigatória ou não e sua vinculatividade;
- e) A exposição dos fundamentos de facto e de direito da decisão tomada, quando se decida em contrário à pretensão do requerente;
- f) A data em que é proferida a decisão;
- g) A identificação do órgão que proferiu a decisão e a menção da delegação ou subdelegação de competências, quando exista;
- h) Prazo de duração.

Artigo 33.º

Notificação da decisão

1 — A decisão sobre o pedido de licenciamento deve ser notificada por escrito ao requerente no prazo de 15 dias, contados a partir da data do despacho.

2 — No caso de deferimento deve incluir-se na respetiva notificação a indicação do prazo de 30 dias para levantamento do alvará da licença e pagamento da taxa respetiva, conforme previsto no Regulamento Municipal de Taxas e Outras Receitas do Município de Santa Maria da Feira.

3 — Findo o prazo mencionado no número anterior, sem que se mostrem pagas as taxas devidas, o pedido de licenciamento caduca nos termos do previsto no artigo 51.º do presente Regulamento.

Artigo 34.º

Alvará

A licença específica as condições a observar pelo titular, nomeadamente:

- a) A identificação do requerente (nome ou denominação social do requerente consoante se trate de pessoa singular ou pessoa coletiva);
- b) O objeto do licenciamento, designadamente local e a área;
- c) A descrição dos elementos a utilizar;
- d) O prazo de duração;

CAPÍTULO IV**Deveres do titular**

Artigo 35.º

Obrigações do titular

1 — O titular da licença de publicidade e outras utilizações do espaço público fica vinculado as seguintes obrigações:

- a) Cumprir as disposições legais e as contidas no presente Regulamento;
- b) Não pode proceder a modificação dos elementos tal como aprovados ou a alterações da demarcação efetuada;
- c) Não pode proceder a transmissão da licença a outrem, salvo mudança de titularidade autorizada nos termos do presente Regulamento;
- d) Não pode proceder a cedência da utilização da licença a outrem, mesmo que temporariamente;
- e) Não pode, o suporte publicitário, estar sem qualquer comunicação publicitária, por mais de 30 dias, podendo o titular da licença suprir essa falta inserindo, no mínimo, o contacto, designadamente telefónico, sobre face branca ou neutra, da empresa exploradora/promotora da publicidade;
- f) Retirar a mensagem e o respetivo suporte, bem como os elementos de ocupação do espaço público no prazo de 5 dias a contar do termo da licença;
- g) Repor a situação existente no local, tal como se encontrava na data da instalação do suporte, da afixação ou inscrição da mensagem

publicitária, da utilização com o evento publicitário ou da ocupação do espaço público, findo o prazo da licença;

h) Acatar as determinações da Câmara Municipal de Santa Maria da Feira e das autoridades policiais, dadas presencialmente em sede de fiscalização ou formalmente comunicadas por notificação, quando exista qualquer violação ao teor da licença ou as disposições da lei e do presente Regulamento;

i) Eliminar quaisquer danos em bens públicos resultantes da afixação ou inscrição da mensagem publicitária.

2 — A segurança, a vigilância e o bom funcionamento dos suportes publicitários e demais equipamentos incumbem ao titular da licença.

3 — As obrigações constantes do presente artigo aplicam-se, com as devidas adaptações aos demais procedimentos constantes do presente Regulamento que sigam a tramitação de mera comunicação prévia ou comunicação prévia com prazo.

Artigo 36.º

Conservação, manutenção e higiene

1 — O titular da licença deve manter os elementos de mobiliário urbano, suportes publicitários e equipamentos de apoio que utiliza nas melhores condições de apresentação, higiene e arrumação.

2 — O titular da licença deve proceder, com a periodicidade e prontidão adequadas, à manutenção ou à realização de obras de conservação no mobiliário urbano, suportes publicitários e equipamentos de apoio, necessitando de licenciamento sempre que ocorra alteração das condições estabelecidas no licenciamento inicial.

3 — Caso o titular não proceda à realização das obras mencionadas no número anterior, a Câmara Municipal pode notificar o titular do alvará para que execute os trabalhos necessários à conservação.

4 — Se decorrido o prazo fixado na notificação referida no número anterior, o titular não tiver procedido a execução dos trabalhos que lhe tenham sido impostos, caberá aos serviços da Câmara Municipal proceder à sua remoção, a expensas do titular do alvará, sem prejuízo da instauração do competente processo de contraordenação.

5 — Sem prejuízo do disposto nos números anteriores, carece de autorização prévia a realização de obras de conservação em elementos de mobiliário urbano, suportes publicitários e demais equipamentos de apoio propriedade do Município.

6 — Sem prejuízo das obrigações legais, ao nível de comportamentos ambientalmente corretos, que impedem sobre a generalidade dos cidadãos relativamente à higiene e limpeza pública, constitui obrigação do titular da licença a manutenção das mesmas, no espaço circundante.

7 — As obrigações constantes do presente artigo aplicam-se, com as devidas adaptações aos demais procedimentos constantes do presente Regulamento que sigam a tramitação de mera comunicação prévia ou comunicação prévia com prazo.

Artigo 37.º

Utilização continuada

1 — Sem prejuízo do cumprimento dos limites horários estabelecidos para o exercício da atividade, o titular da licença deve fazer dela uma utilização continuada, não podendo suspender por um período superior a 30 dias úteis por ano, salvo caso de força maior.

2 — Para tanto, tem que dar início à utilização nos 15 dias seguintes emissão do alvará de licença ou nos 15 dias seguintes ao termo do prazo que tenha sido fixado para realização de obras de instalação ou de conservação.

3 — No caso de licenças emitidas para período igual ou superior a 30 dias (seguidos) o titular deve dar início à utilização no prazo de 5 dias (seguidos) a contar da data da emissão do alvará.

4 — As suspensões referidas no n.º 1, devem ser previamente comunicadas à Câmara Municipal de Santa Maria da Feira através de requerimento próprio, segundo o modelo uniforme disponibilizado pela autarquia na página da Câmara em www.cm-feira.pt dirigido ao Presidente da Câmara.

5 — As obrigações constantes do presente artigo aplicam-se, com as devidas adaptações aos demais procedimentos constantes do presente Regulamento que sigam a tramitação de mera comunicação prévia ou comunicação prévia com prazo.

Artigo 38.º

Mudança de titularidade

1 — A utilização da licença é pessoal e não pode ser cedida a qualquer título, designadamente, através de arrendamento, cedência de exploração ou “franchising”.

2 — O pedido referido no número anterior deve ser formalizado em requerimento próprio segundo o modelo uniforme disponibilizado

pela Autarquia na página da Câmara em www.cm-feira.pt, dirigido ao Presidente da Câmara, acompanhado de:

- a) Prova documental da legitimidade do interesse e do requerente, designadamente os documentos referidos nas alíneas a) e b) do n.º 1 e a) a d) e i) do n.º 2 do artigo 25.º;
- b) Cópia do alvará de licença;
- c) Declaração em que o requerente assume o pagamento das taxas eventualmente vencidas e vincendas referentes ao licenciamento, até ao termo do período a que o alvará se reporta, mesmo que em processo de execução fiscal;
- d) Taxa devida pelo pedido de averbamento, nos termos do Regulamento Municipal de Taxas e Outras Receitas Não Urbanísticas do Município de Santa Maria da Feira.

3 — Quando esteja em causa a transmissão de uma licença “*mortis causa*” aos documentos referidos na alínea a) do número anterior deve ser junta a habilitação de herdeiros.

4 — As obrigações constantes do presente artigo aplicam-se, com as devidas adaptações aos demais procedimentos constantes do presente Regulamento que sigam a tramitação de mera comunicação prévia ou comunicação prévia com prazo.

CAPÍTULO V

Suportes Publicitários

Artigo 39.º

Regras gerais

1 — Na conceção dos suportes publicitários, deve optar-se por um desenho caracterizado por formas planas, sem arestas vivas, elementos pontiagudos ou cortantes, constituídos por materiais resistentes ao impacto, não comburentes, combustíveis ou corrosivos e, quando for caso, um sistema de iluminação estanque e inacessível ao público.

2 — Os suportes publicitários de dimensão horizontal inferior a 4,00 m devem, sempre que possível, possuir um único elemento de fixação ao solo.

3 — Devem ser utilizados, preferencialmente, vidros antirreflexo e materiais sem brilho nos suportes publicitários de forma a não provocar o encadeamento dos condutores e peões.

4 — Nos suportes publicitários com iluminação própria, a emissão de luz tem de ser inferior a 200 candelas/m², sempre que estejam instalados junto a faixas de rodagem.

5 — Os suportes publicitários com iluminação própria devem possuir, preferencialmente, um sistema de iluminação económico, nomeadamente painéis fotovoltaicos com aproveitamento de energia solar, de modo a promover a utilização racional de energia e a minimização dos impactos ambientais associados.

6 — A instalação de um suporte publicitário deve respeitar as seguintes condições:

- a) Em passeio de largura superior a 1,20 m: deixar livre um espaço igual ou superior a 0,80 m em relação ao limite externo do passeio, numa extensão de troço de 0,60 m.

Artigo 40.º

Regras específicas

1 — As regras específicas constam dos Anexos I a IV, ao presente Regulamento.

2 — Em regra, a publicidade isenta de licenciamento mas sujeita a critérios, nos termos das alíneas b) e c) do artigo 6.º do presente regulamento e artigo 3.º da Lei n.º 97/88, é permitida até uma área máxima total de 5,0 m² (soma da área de todos os suportes publicitários), das faces visíveis a partir do espaço público, com as seguintes exceções:

- a) Mensagem publicitária inserida, inscrita, afixada ou aplicada em mobiliário de esplanada, não é contabilizada para a área estabelecida no ponto anterior;
- b) Mensagem publicitária inserida, inscrita, afixada, aplicada ou colocada no interior de montras (vãos envidraçados, vitrinas, expositores e similares), não é contabilizada para a área estabelecida no ponto n.º 2 do presente artigo, designadamente cartazes ou vinil autocolante, aplicados ou colocados pelo interior da montra;
- c) Estabelecimentos industriais situados:
 - i) No perímetro das zonas industriais do concelho é permitida até 60 m²;
 - ii) Fora do perímetro das zonas industriais do concelho, e fora dos aglomerados urbanos, é permitida até 30 m²;

- iii) Fora do perímetro das zonas industriais do concelho e dentro dos aglomerados urbanos, desde que instalados em edifícios a esse fim destinado e que se encontrem confinados ou adjacentes a edifícios de habitação ou de utilização diversa da industrial é permitida até 10 m²;

- d) Estabelecimento do ramo alimentar ou misto com área de venda:
 - i) Área de venda < 400 m² (minimercado) é permitida até 10 m²;
 - ii) 400 m² ≤ Área de venda ≤ 2000 m² (supermercado) é permitida até 40 m²;
 - iii) Área de venda ≥ 2000 m² (hipermercado) é permitida até 80 m²;

- e) Superfície comercial, por grosso ou a retalho:
 - i) Área de venda < 2000 m² (média superfície) é permitida até 30 m²;
 - ii) Área de venda ≥ 2000 m² (grande superfície) é permitida até 80 m²;

- f) Conjuntos comerciais:
 - i) Área de venda ≥ 2000 m², é permitida até 80 m² ao estabelecimento comercial de referência, e 1 (um) suporte publicitário por cada outro estabelecimento comercial instalado e que seja marca ancora do conjunto, neste caso apenas com o símbolo, a designação, identificativo da marca comercial.
 - ii) 400 m² ≤ Área de venda ≤ 2000 m², é permitida até 30 m² ao estabelecimento comercial de referência, e 1 (um) suporte publicitário por cada outro estabelecimento comercial instalado e que seja marca ancora do conjunto, neste caso apenas com o símbolo, a designação, identificativo da marca comercial.
 - iii) Área de venda < 400 m² é permitida até 10 m² ao estabelecimento comercial de referência, e 1 (um) suporte publicitário por cada outro estabelecimento comercial instalado e que seja marca ancora do conjunto, neste caso apenas com o símbolo, a designação, identificativo da marca comercial.

- g) Posto de abastecimento de combustíveis é permitida até 60 m²;

CAPÍTULO VI

Ocupação do Espaço Público

Artigo 41.º

Projetos de utilização do espaço público

1 — A Câmara Municipal pode aprovar projetos de utilização do espaço público, estabelecendo os locais passíveis de instalação de elementos de publicidade e outras utilizações, bem como as características, formais e funcionais, a que estes devem obedecer.

2 — As utilizações do espaço público com suportes publicitários, que se pretendam efetuar em área de intervenção e que venham a ser definidas pela Câmara Municipal devem obedecer cumulativamente ao disposto no presente Regulamento e as condições técnicas complementares definidas.

Artigo 42.º

Regras específicas

As regras específicas constam do Anexo II ao presente Regulamento.

CAPÍTULO VII

Afixação de publicidade e outras utilizações do espaço público em áreas de salvaguarda do património (Centros históricos e núcleos antigos)

Artigo 43.º

Princípio geral

1 — A afixação de publicidade ou outras utilizações do espaço público nas áreas de salvaguarda do património está subordinada aos princípios gerais contidos no Capítulo II do presente Regulamento, aos critérios fixados no Anexo III e, no que aí não estiver definido, aos critérios previstos nos demais Anexos.

2 — Não é permitida a colocação de publicidade ou outras utilizações do espaço público nas áreas de salvaguarda do património do concelho que possa impedir a leitura de elementos construtivos de interesse patrimonial, histórico ou artístico, designadamente guardas de varandas de ferro, azulejos e elementos em cantaria, nomeadamente padieiras, ombreiras e peitoris, cornijas, cachorros e outros.

3 — Toda a afixação de publicidade e outras utilizações do espaço público nas áreas de salvaguarda do património devem ser obrigatoriamente sujeitas a parecer prévio vinculativo do Município.

Artigo 44.º

Interdições

1 — É interdita a colocação de painéis nos centros históricos e núcleos antigos do concelho.

2 — É igualmente interdita a colocação de bandeirolas nos centros históricos e núcleos antigos do concelho, com exceção dos elementos decorativos e de adorno colocados no âmbito de eventos culturais e históricos.

Artigo 45.º

Infraestruturas

Todas as infraestruturas devem ser colocadas em zonas interiores dos edifícios e não devem ser visíveis do exterior.

CAPÍTULO VIII

Revogação e Caducidade

Artigo 46.º

Revogação

1 — O direito de ocupação do espaço público e ou afixação, inscrição e difusão de mensagens publicitárias pode ser revogado a todo o tempo, pela Câmara Municipal sempre que:

- a) Excepcionais razões de interesse público o exijam;
- b) Não se proceda a ocupação no tempo devido, designadamente, tal como definido no artigo 38.º do presente Regulamento;
- c) O seu titular não cumpra as normas legais e regulamentares a que está sujeito;
- d) O titular proceda a substituição, alteração ou modificação da mensagem publicitária para a qual haja sido concedida licença, mera comunicação prévia ou comunicação prévia com prazo;
- e) O titular proceda a substituição, alteração ou modificação do objeto sobre o qual haja sido concedida a licença, mera comunicação prévia ou comunicação prévia com prazo;
- f) Se verificar, de facto, que viola direitos ou a segurança de pessoas e bens.

2 — A revogação não confere direito a qualquer indemnização.

3 — Verificando-se a revogação prevista neste artigo aplica-se o procedimento previsto nos artigos 53.º e seguintes do presente Regulamento.

Artigo 47.º

Caducidade

1 — O direito de ocupação do espaço público e ou afixação, inscrição e difusão de mensagens publicitárias, adquirido nos termos dos regimes contemplados no presente Regulamento, caduca nas seguintes situações:

- a) Por morte, declaração de insolvência, falência ou outra forma de extinção do titular;
- b) Por perda pelo titular do direito ao exercício da atividade a que se reporta a licença;
- c) Por não ter sido requerida a mudança de titularidade nos termos do previsto no presente Regulamento;
- d) Se o titular comunicar a Câmara Municipal que não pretende a sua renovação;
- e) Se a Câmara Municipal proferir decisão no sentido da não renovação;
- f) Se o titular não proceder ao pagamento das taxas, dentro do prazo fixado para o efeito;
- g) Por término do prazo solicitado;
- h) No caso de renovação automática, pelo não pagamento das respetivas taxas.

2 — Verificando-se a caducidade prevista neste artigo aplica-se o procedimento previsto nos artigos 53.º e seguintes do presente Regulamento.

CAPÍTULO IX

Fiscalização e Medidas de Tutela da Legalidade

SECCÃO I

Fiscalização

Artigo 48.º

Exercício da atividade de fiscalização

1 — A atividade fiscalizadora é exercida pelos serviços de fiscalização, bem como pelas demais autoridades administrativas e policiais no âmbito das respetivas atribuições.

2 — Os técnicos afetos à fiscalização fazem-se acompanhar de cartão de identificação, que exibirão sempre que solicitado.

Artigo 49.º

Objeto da fiscalização

A fiscalização da publicidade e ocupação do espaço público, incide sobre a verificação da sua conformidade com as normas legais e regulamentares vigentes e com o alvará de licença emitido, quando existente, com a mera comunicação prévia ou comunicação prévia com prazo, incluindo o cumprimento das normas técnicas aplicáveis, não descurando uma ação pedagógica que conduza a uma diminuição dos casos de infrações.

SECCÃO II

Medidas de Tutela da Legalidade

Artigo 50.º

Danos no espaço público

1 — Sem prejuízo dos deveres constantes do Capítulo IV do presente Regulamento que forem concretamente aplicáveis, a reparação dos danos provocados no espaço público, em consequência de ações ou omissões decorrentes das atividades objeto do mesmo, constitui encargo solidário dos seus responsáveis, os quais sem embargo da sua comunicação à Câmara Municipal, devem proceder ao início da sua execução no prazo máximo de 48 horas, concluindo-a no mais curto prazo possível ou no prazo estabelecido pela Câmara Municipal.

2 — Expirados os prazos estipulados no número anterior, a Câmara Municipal no uso das suas competências procede à execução de caução, caso exista, e pode substituir-se ao dono da obra, nos termos do artigo anterior, sem necessidade de comunicação prévia.

3 — A Câmara Municipal pode substituir-se aos responsáveis, através dos serviços municipais ou por recurso a entidade exterior, por conta daqueles, sendo o custo dos trabalhos calculado nos termos do Regulamento Municipal de Taxas e Outras Receitas Não Urbanísticas do Município de Santa Maria da Feira e Tabela a este anexa.

4 — O custo dos trabalhos executados nos termos do número anterior, quando não pago voluntariamente no prazo de 20 dias a contar da notificação para o efeito, se outro prazo não decorrer da lei, será cobrado em processo de execução fiscal, servindo de título executivo a certidão passada pelos serviços competentes.

5 — Ao custo total acresce o imposto sobre o valor acrescentado taxa legal, quando devido.

6 — Quanto à matéria constante dos números anteriores do presente artigo, aplica-se subsidiariamente, o disposto no Regulamento Municipal de Taxas e Outras Receitas Não Urbanísticas do Município de Santa Maria da Feira.

7 — O disposto nos números anteriores não preclude o ressarcimento pelos inerentes prejuízos, nos termos gerais.

Artigo 51.º

Cessaçao da utilização

1 — O Presidente da Câmara Municipal pode ordenar a cessação da utilização/ocupação nos seguintes casos:

- a) Sem que se verifique prévio licenciamento, mera comunicação prévia ou comunicação prévia com prazo, consoante os casos;
- b) Em desconformidade com as condições estabelecidas no licenciamento, mera comunicação prévia ou comunicação prévia com prazo;
- c) Em violação das regras do presente Regulamento;

2 — Quando os infratores não cessem a utilização/ocupação no prazo fixado para o efeito pode o Município executar coercivamente a cessação.

Artigo 52.º

Remoção

1 — A utilização abusiva do espaço público impõe a respetiva remoção ou desocupação no prazo de 5 dias, salvo outro especialmente previsto para o efeito, sem prejuízo do procedimento contraordenacional.

2 — A remoção deve ser expressamente baseada em razões de interesse público devidamente fundamentadas e nas situações previstas no n.º 1 do artigo anterior.

3 — No caso de incumprimento do disposto no n.º 1, ou quando a utilização abusiva ponha em causa a segurança de pessoas e bens ou outro interesse público, cuja salvaguarda imponha uma atuação urgente, a Câmara Municipal, através dos seus serviços de fiscalização, notifica os infratores para procederem à remoção no prazo de 5 dias.

4 — Caso não seja dado cumprimento à notificação referida no número anterior, a Câmara Municipal, através dos seus serviços de fiscalização, procede à remoção imediata e depósito do bem em armazém municipal.

5 — Sempre que a Câmara Municipal proceda em conformidade com o estipulado no número anterior, os infratores são responsáveis por todas as despesas efetuadas, referentes à remoção e ao depósito, não sendo a autarquia responsável por qualquer dano ou deterioração do bem, nem havendo lugar a qualquer indemnização.

6 — A remoção, depósito do bem e as respetivas despesas são notificadas, através dos serviços do Município, ao seu titular através de carta registada com aviso de receção até 15 dias decorridos sobre a operação, devendo constar da mesma a discriminação dos montantes já despendidos pela autarquia e o montante da taxa diária de depósito.

7 — A restituição do bem pode ser expressamente solicitada à Câmara Municipal de Santa Maria da Feira, no prazo de 15 dias, após a notificação prevista no número anterior, formalizada através de requerimento próprio segundo o modelo uniforme disponibilizado pela autarquia na página do Município de Santa Maria da Feira em www.cm-feira.pt, dirigido ao Presidente da Câmara, sendo pagas aquando da apresentação do mesmo, todas as quantias devidas com a remoção e o depósito.

8 — Caso o infrator não proceda à diligência referida no número anterior dentro do prazo regulamentar, verifica-se a perda do bem a favor do Município de Santa Maria da Feira o qual lhe dará, consoante o caso, o destino que for mais adequado.

9 — Para ressarcir das dívidas com a remoção e o depósito, caso não sejam voluntariamente pagas, aplicam-se os meios coercivos constantes do Regulamento Municipal de Taxas e Outras Receitas não Urbanísticas do Município de Santa Maria da Feira.

CAPÍTULO X

Sanções

Artigo 53.º

Contraordenações

1 — Constitui contraordenação a violação do disposto no presente Regulamento, nomeadamente:

a) A falta de licenciamento ou de mera comunicação prévia, nos termos legalmente previstos, conforme o disposto no artigo 5.º;

b) O desrespeito pelas proibições estabelecidas nos artigos 17.º a 24.º e Anexo V referentes aos princípios gerais do presente Regulamento;

c) O artigo 35.º;

d) A falta de remoção dos suportes publicitários ou outros elementos de utilização do espaço público, dentro do prazo de remoção imposto;

e) A falta de conservação e manutenção dos suportes publicitários e demais equipamentos, conforme disposto no artigo 36.º;

f) A violação do disposto no artigo 37.º;

g) A violação do disposto nos artigos 43.º ao 45.º, referentes a afixação de publicidade em áreas de salvaguarda do património (núcleos antigos e centros históricos);

h) A ocupação do espaço público com veículos com o objetivo de serem transacionados ou para quaisquer outros fins comerciais, através de qualquer meio ou indicio, designadamente por:

i) Particulares;

ii) Stands ou oficinas de automóveis e motociclos.

2 — Para além das contraordenações referidas no ponto anterior, constituem contraordenações as previstas no artigo 28.º do Decreto-Lei n.º 48/2011, de 1 de abril.

Artigo 54.º

Coimas

1 — A infração ao disposto no presente Regulamento constitui contraordenação punível com as seguintes coimas:

a) A contraordenação prevista na alínea *a)* do n.º 1 do artigo 53.º é punível com coima de 500 € a 4850 €;

b) A contraordenação prevista na alínea *b)* do n.º 1 do artigo 53.º é punível com coima de 600 € a 4850 €;

c) A contraordenação prevista na alínea *c)* do n.º 1 do artigo 53.º é punível com coima de 400 € a 4.000 €;

d) A contraordenação prevista na alínea *d)* do n.º 1 do artigo 53.º é punível com coima de 100€ a 3.000 €;

e) A contraordenação prevista na alínea *e)* do n.º 1 do artigo 53.º é punível com coima de 50€ a 3.000 €;

f) A contraordenação prevista na alínea *f)* do n.º 1 do artigo 53.º é punível com coima de 50€ a 3.000 €;

g) A contraordenação prevista na alínea *g)* do n.º 1 do artigo 53.º é punível com coima de 500 € a 4850 €;

h) A contraordenação prevista na alínea *h)* do n.º 1 do artigo 53.º é punível com coima de 250€ a 3.000 €.

2 — Sem prejuízo dos limites legais, sempre que a contraordenação for imputável a pessoa coletiva, os valores das coimas elevam-se para o dobro.

3 — A reincidência de qualquer comportamento sancionável elencado no presente Regulamento agrava a coima abstratamente aplicável para o seu dobro, sem prejuízo dos limites legais.

4 — A tentativa e a negligência são puníveis, sendo que os limites mínimos acima previstos são reduzidos a metade.

5 — O pagamento das coimas previstas no presente Regulamento não dispensa os infratores do dever de reposição da legalidade.

Artigo 55.º

Sanções acessórias

1 — Nos termos do Regime Geral de Contraordenações podem ser aplicadas sanções acessórias, designadamente:

a) Perda dos objetos pertencentes ao agente que tenham sido utilizados como instrumento na prática da infração;

b) A interdição do exercício no município de Santa Maria da Feira da profissão ou atividade conexas com a infração praticada;

c) Encerramento do estabelecimento;

d) Privação do direito a subsídios ou benefícios outorgados pela Câmara Municipal;

e) Privação do direito de participar em arrematações ou concursos públicos que tenham por objeto a empreitada ou concessão de obras públicas, fornecimento de bens e serviços, concessão de serviços e atribuição de licenças ou alvarás;

f) Suspensão de autorização, licenças e alvarás.

2 — As sanções referidas nas alíneas *b)* a *f)* do número anterior tem a duração máxima de dois anos, contados a partir da decisão condenatória definitiva.

3 — A sanção prevista na alínea *b)* do n.º 2 caso tenha origem em infração de normativos atinentes a publicidade só pode ser decretada caso o agente tenha praticado a contraordenação com flagrante e grave abuso da função que exerce ou com manifesta e grave violação dos deveres que lhe são inerentes.

4 — A sanção prevista na alínea *c)* do n.º 2, caso tenha origem em infração de normativos atinentes a publicidade só pode ser decretada caso a contraordenação tenha sido praticada por causa do funcionamento do estabelecimento.

Artigo 56.º

Processo contraordenacional

1 — A decisão sobre a instauração do processo de contraordenação, aplicação das coimas e das sanções acessórias é da competência do Presidente da Câmara, sendo delegável e subdelegável, nos termos da lei.

2 — A instrução dos processos de contraordenação referidos no presente Regulamento, compete ao Presidente da Câmara Municipal, nos termos da lei.

3 — O produto das coimas, mesmo quando estas sejam fixadas em juízo, constitui receita do Município.

Artigo 57.º

Responsabilidade solidária

São considerados solidariamente responsáveis como arguidos nos processos de contraordenação instaurados por violação das normas referentes a publicidade previstas neste Regulamento, aquele a quem aproveita a publicidade, o titular do meio de difusão ou suporte publicitário e ainda o distribuidor de publicidade.

CAPÍTULO XI

Disposições finais e transitórias

Artigo 58.º

Referências legislativas

As referências legislativas efetuadas neste Regulamento consideram-se tacitamente alteradas com a alteração ou revogação dos respetivos diplomas, atendendo-se sempre a legislação ao tempo em vigor.

Artigo 59.º

Prazos

1 — Salvo disposição expressa em contrário, os prazos constantes do presente Regulamento contam-se nos termos do Código de Procedimento Administrativo.

2 — Sem prejuízo do mencionado no ponto anterior, as matérias atinentes as taxas, nomeadamente no que aos prazos e sua contagem respeita, obedecem ao disposto no Regulamento Municipal de Taxas e Outras Receitas não Urbanísticas do Município de Santa Maria da Feira.

Artigo 60.º

Aplicação no tempo e regime transitório

1 — O presente Regulamento só é aplicável aos pedidos de licenciamento e comunicações que forem registados após a sua entrada em vigor.

2 — Relativamente à afixação ou inscrição de mensagens publicitárias, todos os interessados têm 60 dias para se adaptarem ao disposto no presente Regulamento.

3 — As licenças atribuídas às estruturas publicitárias já colocadas à data da entrada em vigor do presente regulamento, mantêm-se válidas, caducando, automaticamente, nas seguintes situações:

- No termo aposto na mesma;
- Quando o suporte publicitário for substituído ou alterado na sua dimensão ou no conteúdo da sua mensagem;
- Quando cessa a atividade que se está a publicar;
- Quando ocorra o encerramento do estabelecimento comercial.

Artigo 61.º

Legislação e Regulamentação Subsidiária e Casos Omissos

1 — Fora dos casos previstos no presente Regulamento aplica-se subsidiariamente a legislação vigente sobre a matéria, a regulamentação municipal estabelecida, nomeadamente nos Regulamentos Municipais em vigor e, só na sua insuficiência, os princípios gerais de direito.

2 — Se ainda assim subsistirem dúvidas decorrentes da interpretação das normas estatuídas neste Regulamento, assim como omissões, estas serão decididas por deliberação da Câmara Municipal, com recurso as normas gerais de interpretação e integração previstas na lei civil em vigor.

Artigo 62.º

Norma revogatória

São revogadas todas as disposições municipais sobre a matéria contrárias ao presente Regulamento, nomeadamente as constantes do Regulamento de Publicidade, Ocupação do Espaço Público do Município de Santa Maria da Feira, publicado no apêndice na 2.ª série do *Diário da República*, n.º 101 de 21 de agosto de 2001.

Artigo 63.º

Entrada em vigor

1 — O presente Regulamento entra em vigor no prazo de 15 dias após a sua publicação, nos termos da lei.

2 — Não obstante o previsto no número anterior, as disposições que pressupõem a existência do “Balcão do Empreendedor” entram em vigor na data da sua entrada em funcionamento.

ANEXO I

Condições de instalação de suportes publicitários e de afixação, inscrição e difusão de mensagens publicitárias

Artigo 1.º

Painéis/Mini-painéis

1 — Os painéis devem ser colocados de nível e a uma altura não inferior a 2,20 m, contada acima do solo e entre o bordo inferior do painel e o ponto mais alto do pavimento, devendo preferencialmente manterem-se numa altura uniforme.

2 — Os painéis não devem dispor-se em banda contínua, devendo na sua colocação e para evitar esse efeito, observar-se a regra do espaço de intervalo com largura superior a metade da largura do maior painel em causa.

3 — As superfícies de afixação da publicidade não devem ser subdivididas.

4 — A estrutura de suporte dos painéis deve ser dimensionada para resistir a todas as ações e sobrecargas a que o painel fica sujeito, e pintada numa cor neutra, que melhor se integre na envolvente e preferencialmente conter adorno que oculte e ou embeleze os elementos verticais resistentes do suporte, ou dotada de designe compatível, coerente e integrante.

5 — A estrutura deve encontrar-se bem conservada, e bem mantida (limpa e embelezada), sob pena de caducidade do licenciamento e remoção pelos serviços do Município, com débito nesse caso dos respetivos custos à entidade requerente.

Artigo 2.º

“Múpis”

1 — O licenciamento da ocupação ou utilização do espaço público para a instalação de “múpis” é precedido de hasta ou concurso público para atribuição e regulamentação desses locais.

2 — Por razões de ordem estética e de resistência, o pé de suporte do “múpi” terá uma largura mínima de 40 % da largura máxima da face explorável do “múpi”.

3 — A localização dos “múpis” não poderá prejudicar a circulação pedonal, pelo que os “múpis” serão implantados/instalados de modo a garantir-se uma largura mínima de passagem útil de 1,20 m, numa extensão/desenvolvimento máximo de 6,0 m (entre o bordo lateral do balanço do “múpi” e a face vertical do lancil de passeio, ou de caldeira de árvore, ou de fachada de edifício, ou de muro de vedação de propriedade privada), para extensões superiores a largura mínima aumentará para 2,25 m.

4 — A localização dos “múpis” deve cumulativamente observar as seguintes normas:

a) Não deve obstaculizar o acesso a entradas da propriedade privada, edifícios em geral, estabelecimentos, habitações, etc., devendo a instalação afastar-se do corredor de circulação, este entendido como a projeção horizontal dos limites do vão de entrada, de uma distância mínima de 1,0 m para ambos limites;

b) Afastar-se de qualquer outro mobiliário urbano, árvore, obstáculo da via pública, ou outro elemento, no mínimo de 1,20 m.

Artigo 3.º

Anúncios

1 — Os anúncios devem enquadrar-se à escala dos edifícios onde são afixados e é pretendida a divulgação da mensagem publicitária.

2 — A distância entre o bordo lateral exterior dos elementos e a projeção vertical do limite das faixas de rodagem (guia), ou conforme o caso mais desfavorável, do limite posterior da berma, ou da face vertical do lancil de delimitação do passeio (espelho), não poderá ser inferior a 50 cm.

3 — Será fixada distância superior à estabelecida no número anterior, sempre que o tráfego automóvel, ou a existência ou previsão de instalação de equipamento urbano, o justifiquem.

4 — A espessura da estrutura dos anúncios não deve exceder 5 cm, que poderá desenvolver-se até uma espessura total de 20 cm no caso de emitirem luz própria.

5 — A altura de instalação dos anúncios de dupla face, ou dos anúncios que possuam saliências superiores a 10 cm, não poderá ser inferior a 2,20 m, contada acima do solo e entre o bordo inferior do anúncio e o

ponto mais alto do pavimento, devendo preferencialmente manterem-se numa altura uniforme.

Artigo 4.º

Anúncio Eletrónico e Eletromagnético

1 — A este elemento publicitário aplicam-se, com as devidas adaptações, as condições e regras estabelecidas no artigo anterior.

2 — A superfície máxima admissível para os anúncios eletrónicos e ou eletromagnéticos é de 175 cm por 120 cm.

Artigo 5.º

Mastro

1 — Os mastros devem ser instalados preferencialmente em placas, ilhéus e separadores centrais das rodovias.

2 — As bandeiras e os pendões dos mastros devem ser colocados de nível e a uma altura não inferior a 250 cm e a 300 cm, respetivamente, contada acima do solo e entre o bordo inferior da bandeira ou pendão e o ponto mais alto do pavimento, devendo preferencialmente manterem-se numa altura uniforme.

Artigo 6.º

Bandeira

1 — Cada face da bandeira deverá ter uma área máxima admissível, em regra, de 200 cm por 100 cm ou inferior.

2 — As bandeiras deverão ser constituídas por material leve, mormente plástico, papel ou tecido.

Artigo 7.º

Bandeirola

1 — Cada face da bandeirola deverá ter uma área máxima admissível, em regra, de 200 cm por 100 cm ou inferior m.

2 — As bandeirolas deverão ser constituídas por material leve, mormente plástico, papel ou tecido.

Artigo 8.º

Lona/Tela

A instalação de lonas publicitárias na vedação e ou tapumes de obras de edifícios, em curso, deve observar as condições seguintes:

a) As lonas têm que ficar avançadas em relação ao andaime ou tapumes de proteção;

b) Salvo casos devidamente fundamentados, as lonas só podem permanecer no local enquanto decorrerem os trabalhos, devendo ser removidas se os trabalhos forem interrompidos por período superior a 30 dias, ou se for o caso renovadas, conservadas e mantidas.

Artigo 9.º

Placa/Tabuleta/Chapa

1 — Em cada edifício, as placas ou tabuletas devem apresentar uma dimensão, cor e materiais similares e alinhamentos adequados à estética do edifício, deixando entre si distâncias regulares.

2 — Salvo caso excecional, devidamente justificado, não é permitida a instalação de mais de uma placa por cada fração autónoma ou fogo.

3 — Não podem ser colocadas chapas acima do nível do teto do piso térreo.

4 — Estes elementos publicitários devem ter uma espessura igual ou inferior a 30 mm, e uma face com área máxima admissível, em regra, de 20 cm por 30 cm, ou inferior.

5 — As placas de proibição de afixação de publicidade devem ser colocadas, preferencialmente, nos cunhais dos prédios, suficientemente afastadas das placas toponímicas quando existam (distância esteticamente recomendável e no mínimo no dobro da altura ou largura da placa toponímica, conforme o caso), e devem cumprir as características dimensionais estabelecidas nos pontos anteriores.

Artigo 10.º

Palas

1 — As palas, quando integradas na edificação, estão também sujeitas ao licenciamento e ou ao estabelecido no RJUE, sempre que envolvam obras de construção civil.

2 — As palas não devem sobrepor cunhais, pilastras, cornijas, emolduramentos de vãos de portas e janelas, gradeamentos, ou outros elementos com interesse arquitetónico e ou decorativo.

3 — As palas não podem desenvolver-se longitudinalmente para além do limite lateral dos estabelecimentos a que digam respeito, e transversalmente devem ficar no mínimo a 50 cm aquém da projeção vertical do limite da faixa de rodagem (projeção vertical do espelho do lancil de delimitação do passeio, da guia, etc.), bem como, preferencialmente não devem ter um balanço da fachada para a via pública superior a 50 cm.

4 — As palas devem se instaladas a uma altura não inferior a 250 cm, contada acima do solo e entre o bordo inferior do painel e o ponto mais alto do pavimento, devendo preferencialmente manterem-se numa altura uniforme, e não devem ser instaladas a uma cota superior à cota do teto do estabelecimento a que digam respeito.

Artigo 11.º

Tarjas/Fitas

1 — Estes elementos de publicidade serão autorizados, única e exclusivamente, quando se destinem a divulgar eventos e ou atividades de interesse geral, e afixadas nos locais estabelecidos ou a estabelecer pelo Município de S.^{ta} M.^a da Feira.

2 — As fitas e faixas verticais devem ser colocadas longitudinal e lateralmente às faixas de rodagem das vias públicas, a uma altura superior a 300 cm.

3 — As faixas horizontais e as tarjas podem ser colocadas transversalmente às faixas de rodagem das vias públicas, desde que a uma altura superior a 5,50 m.

Artigo 12.º

Pendão

1 — Os pendões devem ser colocados a uma altura superior a 300 cm, sempre que colocados longitudinal e lateralmente às faixas de rodagem das vias públicas, e a uma altura superior a 550 cm sempre que colocados transversalmente às faixas de rodagem das vias públicas, sem que constituam perigo para a circulação pedonal e rodoviária.

2 — A fixação deve fazer-se de modo a que os pendões permaneçam oscilantes e se encontrem preferencialmente orientados para o interior do passeio, ou exterior da faixa de rodagem.

Artigo 13.º

Cartaz

1 — Só podem ser afixados cartazes nos locais definidos pelo Município de S.^{ta} M.^a da Feira.

2 — Os cartazes devem ser afixados em suporte autorizado, designadamente em vedações, tapumes, muros, ou paredes, e serão removidos pelos seus promotores ou beneficiários no prazo máximo de cinco dias, após ter lugar o evento que publicitam ou digam respeito, com execução dos trabalhos de limpeza do espaço ou área ocupados por aqueles.

3 — Sempre que a remoção ou limpeza não sejam efetuadas no prazo estabelecido no número anterior, o Município de S.^{ta} M.^a da Feira procederá à sua remoção, a expensas dos promotores ou beneficiários da publicidade, e ficam estes sujeitos à aplicação da contraordenação revista.

Artigo 14.º

Dispositivos Publicitários Aéreos Cativos

1 — A instalação de dispositivos aéreos cativos está sujeita à necessária autorização prévia e expressa do titular do direito de posse, ou da entidade de jurisdição, sobre os espaços onde a mesma é pretendida.

2 — Serão observados os princípios e as condições gerais de ocupação do espaço público quando nele instalados.

Artigo 15.º

Dispositivos Publicitários Aéreos não Cativos

1 — A inscrição ou afixação de mensagens publicitárias em meios ou suportes aéreos que invadam zonas de servidão militar ou aeronáutica, nomeadamente aquelas a que se refere o Decreto-Lei n.º 48 542, de 24 de agosto 1968, não podem ser licenciadas, exceto quando o pedido de licenciamento for previamente acompanhado de autorização expressa da entidade com jurisdição sobre os espaços referidos.

2 — Sempre que por razões de segurança se revele necessário e adequado, o Município de S.^{ta} M.^a da Feira exigirá prova de contrato de seguro de responsabilidade civil, com apresentação de cópia simples, que garanta a reparação ou ressarcimento por danos eventualmente causados pela instalação e utilização dos respetivos suportes, em qualquer situação, cujo titular do mesmo deve ser o requerente da publicidade aérea não cativa.

3 — São proibidas ações de lançamento ou projeção de panfletos, ou de quaisquer outros artigos publicitários, a partir de meios de transporte aéreo.

Artigo 16.º

Toldos e sanefas

1 — Os toldos devem ser instalados no rés-do-chão dos edifícios, utilizando preferencialmente material em lona, um só plano de cobertura, oblíquo a fachada, com estrutura articulada e de recolher.

2 — Na instalação de toldos e sanefas devem ser observadas as seguintes condições:

a) Em passeios de largura igual ou superior a 2,0 m, o toldo ou sanefa abertos deixarão um espaço livre igual ou superior a 80 cm, até ao limite da faixa de rodagem (guia), ou conforme o caso mais desfavorável, ao limite posterior da berma, ou da face vertical do lancil de delimitação do passeio (espelho);

b) Em passeios de largura inferior a 2,0 m, o toldo ou sanefa abertos deixarão um espaço livre igual ou superior a 50 cm, até ao limite da faixa de rodagem (guia), ou conforme o caso mais desfavorável, ao limite posterior da berma, ou da face vertical do lancil de delimitação do passeio (espelho), sendo fixada distância superior sempre que o tráfego automóvel, ou a existência ou previsão de instalação de equipamento urbano, o justifiquem;

c) O toldo ou sanefa abertos deverão ter um balanço inferior a 300 cm, e um desenvolvimento longitudinal que não exceda os limites dos estabelecimentos a que pertençam ou digam respeito;

d) Os toldos de fachada devem ser colocados a altura superior a 220 cm, incluindo a respetiva franja de bordadura, se for o caso, contada acima do solo e entre o bordo inferior da ferragem ou sanefa e o ponto mais alto do pavimento, sendo que a ferragem ou sanefa não deve exceder 20 cm.

3 — É proibida a afixação ou suporte de quaisquer objetos em toldos e ou sanefas.

4 — Nos toldos aplicados em estabelecimentos inseridos nos imóveis classificados ou em vias de classificação, ou ainda abrangidos por zonas de proteção dos mesmos, as mensagens e referências publicitárias admissíveis são o nome do estabelecimento e a atividade do mesmo, e devem ser inscritas na aba dos mesmos.

Artigo 17.º

Vitrina/moldura

1 — São admissíveis vitrinas e ou molduras de exposição de ementas em estabelecimentos de restauração e bebidas, desde que localizadas na proximidade da porta de entrada do mesmo, e preferencialmente encastradas.

2 — A afixação de vitrinas nas fachadas de estabelecimentos do ramo alimentar, observa as seguintes condições:

a) Dimensão máxima da vitrina 30 cm por 40 cm;

b) Afixação da vitrina a uma altura do pavimento entre 140 cm e 180 cm;

c) A saliência da vitrina da fachada do edifício não excederá 5 cm.

Artigo 18.º

Expositor

1 — É proibida a exposição de objetos e artigos comerciais nas fachadas dos edifícios;

2 — Excepcionalmente e desde que não seja prejudicada a circulação de peões, nem afetada a paisagem urbana e a estética dos edifícios, é admissível a exposição de objetos e artigos tradicionais nas fachadas dos edifícios;

3 — É proibida a exposição de objetos e artigos tradicionais nas fachadas dos edifícios fora do horário de funcionamento dos respetivos estabelecimentos, devendo os mesmos ser impreterivelmente retirados.

Artigo 19.º

Relógios ou termómetro

À afixação de relógios e termómetros são aplicáveis, com as necessárias adaptações, as normas estabelecidas para anúncios.

Artigo 20.º

Construções temporárias com publicidade inscrita

Às construções temporárias e amovíveis com publicidade inscrita, quando encastradas ou fixas no solo é aplicável o RJUE, e cumulativamente as normas estabelecidas para a tipologia da publicidade exibida ou a exibir.

Artigo 21.º

Sinalizadores

1 — A sinalização direcional nas áreas de salvaguarda do património (núcleos antigos e centros históricos) deve obedecer ao modelo a definir pelo Município de S.^{ta} M.^a da Feira.

2 — A conceção da sinalização de direção comercial deve respeitar os critérios e conceitos vertidos no Regulamento de Sinalização do Trânsito (aprovado pelo Decreto Regulamentar n.º 22-A/98, de 1 de outubro, com a redação que lhe foi dada em sucessivas e posteriores alterações).

Artigo 22.º

Publicidade instalada em telhados, coberturas ou terraços

1 — A instalação de publicidade em telhados, coberturas ou terraços é permitida desde que observadas as seguintes condições:

a) Não obstrua o campo visual envolvente, natural ou urbano;

b) As estruturas de suporte destes elementos publicitários não devem destacar-se, do ponto de vista visual, quer no período diurno quer no noturno, e devem ser assinaladas por sinalização luminosa que identifique a sua altura máxima, de modo a contribuir para a segurança aérea;

c) A altura máxima dos destes elementos publicitários, não deve exceder um quarto da maior altura da fachada do edifício, nem ser superior a 5,0 m;

2 — Os suportes publicitários instalados em telhados, coberturas ou terraços de edifícios devem observar as seguintes distâncias:

a) 2 m de afastamento à projeção vertical da fachada do edifício;

b) 2 m contados a partir de ambos os limites da fachada em que se inserem;

c) 15 m aos vãos de janela para a fachada oposta ao arruamento, seja em que direção for;

3 — Sempre que se justifique, o Município de S.^{ta} M.^a da Feira fixa limitações ao horário de funcionamento ou o desligar dos efeitos luminosos deste material publicitário.

Artigo 23.º

Publicidade instalada em empenas

É permitida a instalação de publicidade em empenas, nomeadamente molduras, lonas ou telas, desde que sejam observadas, cumulativamente, as seguintes condições:

a) As mensagens publicitárias e as estruturas respetivas não excedem os limites físicos das empenas que lhes servem de suporte;

b) A mensagem publicitária deve ser do mesmo tema/motivo de comunicação, e preferencialmente constituída por um único dispositivo, não sendo por isso admitida mais do que uma licença por local ou empena.

Artigo 24.º

Publicidade instalada em fachadas

1 — É permitida a instalação de publicidade em fachadas, a todas as pessoas singulares ou coletivas residentes ou estabelecidas, ainda que temporariamente, no edifício em causa.

2 — A colocação de dispositivos publicitários referida no número anterior pode conter o logótipo da entidade e a indicação da atividade principal, excepcionalmente é permitida a divulgação de eventos de interesse geral.

Artigo 25.º

Publicidade móvel

1 — É permitida a publicidade em veículo, desde que a mensagem identifique a pessoa singular ou coletiva, a sua atividade, os produtos, os bens e serviços, ou outros elementos relacionados com atividade principal do respetivo proprietário, locatário ou usufrutuário.

2 — É permitida a publicidade de empresa em veículo, a título excepcional e em situações devidamente justificadas, desde que a mensagem identifique as atividades, os produtos, os bens e serviços ou outros elementos não relacionados com o atividade principal do respetivo proprietário, locatário ou usufrutuário.

3 — É admissível publicidade sonora simultânea, desde que observadas as normas aplicáveis do presente regulamento.

4 — É proibida a afixação ou inscrição de publicidade nos vidros do veículo, e noutras superfícies do mesmo, sempre que afete a sua sinalização e ou a identificação, bem como, os campos de visão dos condutores.

5 — É proibida a utilização de luzes, de material refletor, ou de material retrorrefletor em publicidade de veículos.

6 — É permitida a afixação ou inscrição de publicidade em estabelecimentos, apenas e só se a atividade dos mesmos se encontrar devidamente licenciada.

7 — Os elementos de publicidade em veículo não devem ser salientes da carroçaria, que aumente as dimensões regulamentares do mesmo.

8 — São proibidas ações de lançamento ou projeção de panfletos, ou de quaisquer outros artigos publicitários, a partir de veículos.

9 — A publicidade em veículos de transportes coletivo de passageiros, deve cumprir as disposições ou normas estabelecidas pela entidade reguladora, designadamente o IMT — Instituto de Mobilidade e Transportes, I. P., e cumprir as normas fixadas nos pontos anteriores.

10 — Não é permitida a utilização de veículos com estruturas próprias, ou com reboques, em estacionamento de caráter definitivo, cuja finalidade principal seja a emissão de mensagens publicitárias.

Artigo 26.º

Publicidade Sonora

A publicidade sonora deve cumprir, para além do disposto no Regulamento Geral do Ruído, as seguintes condições:

a) É proibida a emissão no período de descanso, aos sábados, domingos e feriados, e nos dias úteis entre as 20h00 e as 9h00;

b) É proibida a emissão num raio inferior a 200 m dos edifícios de habitação, hospitais, outros edifícios de prestação de serviços de saúde ou similares, serviços da administração local, serviços do Estado, nos centros históricos e núcleos antigos, e nas áreas de proteção de imóveis classificados;

c) Em regra o prazo de emissão de publicidade sonora é de 5 dias, por trimestre e por cada entidade requerente, não prorrogável, salvo exceção devidamente justificada.

Artigo 27.º

Campanhas Publicitárias de Rua

1 — São permitidas campanhas publicitárias de rua, nomeadamente as que consistem na distribuição de panfletos, na distribuição de produtos, em provas de degustação, na ocupação da via pública com objetos ou equipamentos de natureza publicitária ou de apoio ou outras ações promocionais de natureza comercial, desde que observados os princípios e cumpridas as condições dispostas nos números seguintes e no Capítulo II do Regulamento.

2 — É permitida a distribuição dos produtos acima referidos, desde que em mão aos transeuntes, não prejudicando a circulação pedonal.

3 — É proibida a distribuição destes produtos nas faixas de rodagem das vias municipais.

4 — É proibida a campanha publicitária de rua com distribuição de artigos por arremesso.

5 — Em regra o prazo de duração da campanha publicitária de rua é de 4 dias, por mês e por cada entidade requerente, não prorrogável, salvo exceção devidamente justificada. Finda a campanha publicitária de rua, deve o promotor proceder à remoção de todos os panfletos, invólucros de produtos, ou quaisquer outros resíduos resultantes, ou utilizados, e abandonados no espaço público, nos termos de regulamento municipal específico.

6 — Os equipamentos de apoio à campanha de rua, com distribuição de produtos ou dispositivos de natureza publicitária, que ocupem espaço público, devem deter uma dimensão até 4 m².

ANEXO II

Condições de ocupação do espaço público

Artigo 1.º

Ocupação do solo com esplanadas abertas

1 — É permitida a instalação de esplanada em estabelecimento comercial de restauração e bebidas, sempre que este lhe dê apoio, em passeio, passarela e zona pedonal, onde exista suficiente espaço livre e na frente ou na proximidade do mesmo, neste caso a título excecional em largos, praças, espaços ajardinados, lugares de estacionamento, ou zona mista de caudal de tráfego e velocidade muito reduzidas, e desde que resulte numa mais-valia para o espaço envolvente.

2 — Quando prévia e expressamente autorizado pelo proprietário, a título excecional pode instalar-se esplanada na frente de outro estabelecimento contíguo, adjacente ou vizinho.

3 — A ocupação do espaço público com esplanada não deve exceder a extensão da fachada do estabelecimento de apoio, nem dificultar o livre e

direto acesso ao interior do mesmo, garantido a disposição do mobiliário e equipamento, um corredor de circulação alinhado/centrado com o vão da porta de entrada numa largura mínima de 1,20 m.

4 — A regra estabelecida no número anterior aplica-se às portas de entrada dos edifícios contíguos e do próprio edifício onde se encontra instalado o estabelecimento de apoio, se for o caso.

5 — A esplanada deve garantir, no espaço público onde estiver instalada, um corredor de circulação de continuidade do percurso pedonal, regular e sem obstáculos, no menor percurso possível, e na largura mínima de 1,20 m para um desenvolvimento máximo de 6 m, ou na largura mínima de 1,50 m para extensão superior do mesmo.

6 — A esplanada deve ser instalada com mobiliário de boa qualidade, no que concerne ao design e materiais de construção, que se integre esteticamente na ambiência e paisagem urbana, quando em espaço público dos centros históricos e núcleos antigos, na proximidade ou frente de imóvel classificado, em vias de classificação, ou abrangido por zona de proteção dos anteriores, preferencialmente utilizando material nobre em madeira ou metal.

7 — Após o encerramento e durante o período de não funcionamento do estabelecimento de apoio, o equipamento amovível e o mobiliário da esplanada devem ser retirados do espaço público, procedendo à sua arrumação, de modo a deixar o espaço público livre.

8 — É permitida a aplicação de publicidade no equipamento e mobiliário da esplanada, desde que não luminosa e nos locais próprios para esse fim ou em guarda-sóis.

Artigo 2.º

Ocupação do solo com esplanada fechada

1 — A ocupação do solo com esplanada fechada é permitida desde que observadas as seguintes condições:

a) Ocupar uma largura mínima de 4,00 m, e máxima correspondente à frente do estabelecimento de apoio, sem prejuízo de cumprimento de outras disposições do presente regulamento;

b) Ocupar uma profundidade igual ou inferior ao dobro da largura que não exceda os limites do estabelecimento de apoio;

c) O pé-direito do interior do espaço esplanada deve ser superior a 2,70 m, sendo admissível a título excecional e quando tecnicamente justificável, um pé-direito mínimo de 2,40 m, de acordo com as disposições do RGEU;

2 — A instalação da esplanada fechada deve garantir um corredor de circulação de continuidade do percurso pedonal, regular e sem obstáculos, no menor percurso possível, e na largura mínima de 1,50 m.

3 — É proibida a instalação de esplanada fechada a distância inferior a 5 m de cunhais de edifícios, de passadeiras de peões, e do limite destas.

4 — É proibida a instalação de esplanada fechada na frente ou na proximidade de terceiros estabelecimentos e de entradas de edifícios, ou outras propriedades privadas, garantindo em regra um afastamento mínimo aos vãos do próprio edifício, igual à altura da estrutura de cobertura da esplanada fechada.

5 — A estrutura e cobertura da esplanada fechada, devem ser desmontáveis e executadas com recurso a materiais nobres (de boa qualidade, vãos de abertura e de correr, pintura e termo lacagem, alumínio), e recorrendo a técnicas construtivas que garantam a sua total estabilidade e encastramento no solo, em segurança, sejam ligeiras, elegantes, amovíveis e preferencialmente modulares, que valorizem o local, do ponto de vista da ambiência e paisagem urbana onde se inserem, utilizando preferencialmente estruturas em perfil metálico e vidro.

6 — A instalação da esplanada fechada deve cumprir todas as disposições previstas no RGEU, designadamente no que concerne à salvaguarda das condições de iluminação e de ventilação, e de salubridade, do próprio espaço e dos adjacentes, quanto a regras de edificação.

7 — O pavimento da esplanada fechada deve constituir-se num sistema modular e amovível, facilmente removível, e que permita o acesso às infraestruturas existentes no subsolo.

8 — É proibida a afixação/aplicação de toldos ou sanefas nas esplanadas fechadas.

9 — A esplanada fechada deve possuir ligação direta ao estabelecimento de apoio, privilegiando a maior superfície de contacto possível, por meio de elementos construtivos, que garantam as melhores condições de conforto térmico, designadamente ar condicionado, vidros duplos, tetos falsos com isolamento térmico, coberturas invertidas, etc.

10 — Quando exista, o equipamento de ar condicionado deve ser integrado no interior da esplanada fechada. 11. A esplanada fechada deve prever a abertura de vão, no mínimo, em 50 % da área das fachadas.

12 — A esplanada fechada deve cumprir o estipulado no RJUE, designadamente no que se refere à necessidade de licenciamento municipal da obra e da utilização, bem como ao termo de responsabilidade de técnico idóneo e habilitado pela sua estabilidade.

Artigo 3.º

Ocupação do solo com guarda-ventos e similares

1 — É permitida a utilização de guarda-vento de abrigo e proteção da esplanada aberta, no período de funcionamento do estabelecimento de apoio, apenas e só por razões climatológicas, exclusivamente na direção mais exposta à intempérie, imediatamente junto e na delimitação da mesma, na extensão/desenvolvimento mínimos.

2 — O guarda-vento não deve possuir altura superior a 1,80 m, a contar da superfície do pavimento, e deve possuir abertura inferior na altura mínima de 5,0 cm, do seu bordo inferior ao pavimento.

3 — O guarda-vento deve ser constituído por estrutura ligeira, perfeitamente estável e encastrável no pavimento, em painéis de materiais como o perfil metálico, o vidro transparente e inquebrável, o acrílico transparente e resistente, ou a tela, modulares e amovíveis.

4 — Na constituição do guarda-vento apenas é admissível uma altura de 55 cm em painel de material opaco, a contar da superfície do pavimento.

5 — A colocação de guarda-vento na proximidade ou junto de estabelecimentos contíguos deve respeitar um afastamento mínimo de 1 m, tendo por referência o acesso ao estabelecimento, a sua montra ou alinhamento perpendicular do término do desenvolvimento da sua fachada.

6 — Excetuam-se do ponto anterior os casos em que exista acordo formal e expresso entre os proprietários de estabelecimentos contíguos.

Artigo 4.º

Ocupação do solo com estrados

1 — Em regra, é proibida a utilização de estrado sobre os pavimentos do espaço público.

2 — A título excecional, é permitida a utilização de estrado na base de esplanada, destinado ao nivelamento do pavimento ou quando em espaço ajardinado, de modo a ultrapassar irregularidades, inclinações de pavimento e vegetação.

3 — O estrado deve ser modular e diariamente amovível, com medidas padrão e similares de harmonia com todas as esplanadas do local onde se encontram instaladas, no mesmo arruamento, na mesma praça, etc..

Artigo 5.º

Ocupação do solo com floreiras

1 — A título excecional, em casos ou situações devidamente justificadas, poderá ser permitida a ocupação do espaço público com floreiras, que dependerá sempre de análise técnica.

2 — As floreiras devem apresentar boa qualidade, quer de design, quer de materiais.

3 — Deve ser permanentemente garantida a manutenção das plantas das floreiras, designadamente rega, sob pena de remoção pelos serviços do Município de S.ª M.ª da Feira.

Artigo 6.º

Ocupação do solo com quiosques, stands, os serviços de restauração ou de bebidas com carácter sedentário — “roulottes”

1 — É admissível a ocupação do espaço público com quiosques “stands”, ou bancas de venda, desde que em espaços amplos e pedonais, como largos, praças, passeios suficientemente largos e jardins, cujo espaço possua uma largura superior a 6 m, e garantindo um afastamento mínimo de 3 m a qualquer arruamento de circulação automóvel, e de 5 m livres a qualquer passagem de peões, cruzamento ou entroncamento.

2 — É permitido a aplicação de publicidade, não luminosa, desde que o quiosque possua locais próprios para esse fim ou em toldos.

3 — Em regra, apenas é permitido o estacionamento de *roulottes* de comércio ou equipamentos onde se prestam serviços de restauração ou de bebidas com carácter sedentário, nos locais da via pública adequados, em função do traçado e da sinalização existente, isto é, onde o Código da Estrada e o Regulamento de Sinalização do Trânsito o permitam.

4 — Adicionalmente é proibido o estacionamento de *roulottes* de comércio ou equipamentos onde se prestam serviços de restauração ou de bebidas com carácter sedentário, em local que diste a menos de 10 m

das paragens de transporte coletivo, das entradas das estações e apeadeiros do caminho-de-ferro, das passagens subterrâneas, das passagens de peões devidamente sinalizadas.

5 — É proibido o estacionamento de *roulottes* de comércio ou equipamentos onde se prestam serviços de restauração ou de bebidas com carácter sedentário, em local que diste a menos de 50 m dos monumentos, dos museus, das igrejas, dos edifícios públicos, dos hospitais, das casas de saúde, dos estabelecimentos de ensino, das casas de espetáculo, das piscinas municipais e de outros equipamentos municipais.

6 — É proibido o estacionamento de *roulottes* de comércio ou equipamentos onde se prestam serviços de restauração ou de bebidas com carácter sedentário, em local que diste a menos de 200 m dos estabelecimentos fixos com o mesmo ramo de comércio.

7 — A título excecional é admissível a ocupação de zonas pedonais e passeios para o estacionamento de *roulottes* de comércio ou equipamentos onde prestam serviços de restauração ou de bebidas com carácter sedentário, a definir e autorizar pelo Município, desde que em espaços amplos ou suficientemente largos, cujo espaço possua uma largura livre superior a 6 m, para todas as direções num ângulo de 180.º, após ocupação e tendo por referência a roulotte.

8 — Para além do período em que a venda é autorizada, os locais não podem ser ocupados com quaisquer artigos, embalagens e meios de serem consideradas abandonadas e recolhidas pelos serviços Municipais.

9 — A ocupação da via pública é circunscrita exclusivamente ao espaço do lugar não sendo permitido colocar qualquer objeto fora desse espaço, exceto recipientes para o lixo.

10 — O Município pode a prazo e com o objetivo de melhor regulação, se as circunstâncias do exercício desta atividade a isso obrigar, vir a determinar os locais específicos da via pública destinados ao estacionamento de *roulottes* de venda ou equipamentos onde se prestam serviços de restauração ou de bebidas com carácter sedentário, em lista anexa ao presente regulamento.

Artigo 7.º

Ocupações temporárias

(circos, carrosséis, instalações de divertimentos, mecânicos ou não, e outras ocupações do espaço público com atividades de carácter cultural, social, desportivo e religioso)

1 — A ocupação do espaço com instalações de circos, carrosséis e similares, e outros divertimentos, em domínio público ou equiparado, carece de indicação e autorização do Município.

2 — A ocupação referida no ponto anterior está condicionada a um período máximo de 30 dias seguidos, por semestre, acrescido do período de tempo necessário à montagem e desmontagem das correspondentes estruturas, que será fixado caso a caso.

3 — Durante o período de ocupação, o titular da licença fica sujeito ao cumprimento da regulamentação existente sobre a emissão de ruído, resíduos, publicidade, e licenciamento de recintos.

4 — A emissão da licença condiciona:

- A limpeza da zona licenciada;
- O alojamento dos animais em local próprio e seguro, em condições de higiene e salubridade adequadas, fora do alcance do público, de acordo com a legislação em vigor sobre a proteção de animais;
- A arrumação de carros e viaturas de apoio dentro da área licenciada para a ocupação.

5 — A ocupação do espaço público com atividades culturais depende de indicação do local e aprovação pelo Município.

6 — A ocupação referida no ponto anterior está condicionada a um período máximo de 30 dias seguidos, por semestre e por local, com o objetivo de ser garantida rotatividade na utilização do espaço público.

7 — Quando a ocupação do espaço público, aqui regulada neste artigo, pretenda ser simultânea com venda de produtos ou objetos, são cumulativamente aplicáveis os preceitos estabelecidos no regulamento municipal de venda ambulante.

Artigo 9.º

Cabines telefónicas

1 — A ocupação do espaço público com cabines telefónicas e a mensagens publicitárias afixados ou inscrita neste mobiliário urbano, depende de concurso ou hasta pública de concessão.

2 — As condições de afixação e ou inscrição de mensagens publicitárias neste mobiliário urbano, deve observar as normas constantes dos procedimentos para atribuição da exploração e ou colocação dos mesmos e, na sua falta, as disposições deste regulamento.

ANEXO III

Normas específicas aplicáveis nos Centros Históricos e Núcleos Antigos

Artigo 1.º

Anúncios

1 — Os anúncios publicitários a afixar nos centros históricos e núcleos antigos devem ser enquadrados à escala dos edifícios onde é pretendida a divulgação da mensagem publicitária.

2 — Nos centros históricos e núcleos antigos, apenas é permitida a instalação de suportes publicitários, um por fração em cada fachada, com dimensão máxima de 1 m², quando aplicados no paramento do edifício. Quando aplicados perpendicularmente ao plano da fachada, a área máxima será reduzida para 0,50 m².

3 — A distância entre o bordo lateral exterior dos elementos e a projeção vertical do limite das faixas de rodagem (guia), ou conforme o caso mais desfavorável, do limite posterior da bermã, ou da face vertical do lancil de delimitação do passeio (espelho), não poderá ser inferior a 50 cm. Podendo ser fixada uma distância superior sempre que o tráfego automóvel ou a existência ou previsão de instalação de equipamento urbano o justifiquem.

4 — É proibida a afixação de anúncios luminosos de dupla face, ou em bandeira, que prejudique a ambiência e a paisagem urbanas, designadamente que prejudique a perspetiva longitudinal dos arruamentos, salvo os anúncios de farmácias.

5 — A espessura da estrutura dos anúncios não deve exceder 5 cm, que poderá desenvolver-se até uma espessura total de 20 cm no caso de emitirem luz própria. A altura de instalação dos anúncios de dupla face, ou dos anúncios que possuam saliências superiores a 10 cm, não poderá ser inferior a 2,20 m, contada acima do solo e entre o bordo inferior do anúncio e o ponto mais alto do pavimento, devendo preferencialmente manterem-se numa altura uniforme.

6 — É proibida a afixação de anúncios luminosos sobre palas e outras saliências construtivas, guarda sóis, platibandas, coberturas, telhados dos edifícios e acima do piso de 1.º andar.

7 — Os anúncios luminosos devem ser instalados, preferencialmente, sobre os vãos de entrada, montras de rés-do-chão e no interior dos estabelecimentos.

8 — São proibidas caixas em chapa acrílica com iluminação interior, devendo ser substituídas por processos construtivos tal como dísticos e motivos publicitários em metal, recortados, ainda que eventualmente salientes das fachadas dos edifícios e com luz própria posterior e rasante à chapa.

9 — Preferencialmente, a iluminação das mensagens publicitárias afixadas ou inscritas nos centros históricos e nos núcleos antigos, deve ser objeto de sistema de iluminação em projeção indireta e de efeito global para a fachada do respetivo edifício, com aplicação de pontos de luz estrategicamente instalados em varandas e outros elementos construtivos, de modo a ficarem camuflados e não perceptíveis do arruamento, com o objetivo de se obter melhor iluminação da publicidade e revalorização luminosa dos imóveis em causa.

Artigo 2.º

Ocupação do espaço público com guarda-ventos e similares

Nos centros históricos e núcleos antigos, preferencialmente, os guarda-ventos devem ser constituídos por elementos naturais, arbóreos e ou arbustivos, dentre outros.

Artigo 3.º

Toldos

1 — O material dos toldos instalados nos centros históricos e núcleos antigos deve ser preferencialmente em lona, constituir-se em plano único de cobertura, oblíquo à fachada, sem safenas laterais, de cores suaves e discretas, devendo ser a sua estrutura articulada e de recolher.

2 — Os toldos devem ser instalados ao nível de rés-do-chão dos edifícios.

3 — É proibida a inscrição ou afixação de mensagens publicitárias nos toldos, salvo a denominação do estabelecimento e designação da atividade, e desde que inscritas na aba dos toldos.

ANEXO IV

Normas específicas fixadas por entidades com jurisdição sobre os locais

Artigo 1.º

Rede de Estradas Nacionais e Regionais

1 — A mensagem publicitária de natureza comercial não sujeita a licenciamento, a autorização, a autenticação, a validação, a certificação, a

atos emitidos na sequência de comunicações prévias com prazo, a registo ou de qualquer outro ato permissivo, nem a mera comunicação prévia, nos termos do estabelecido no n.º 3, do artigo 1.º, da Lei n.º 97/88, de 17 de agosto, afixada ou inscrita na proximidade da rede de estradas nacionais e regionais deve cumprir cumulativamente os preceitos a seguir estabelecidos:

a) A mensagem e o seu suporte não devem ocupar a zona da estrada que constitui domínio público rodoviário;

b) A mensagem e o seu suporte não deve interferir com as normais condições de visibilidade da estrada e ou com os equipamentos de sinalização, balizamento e segurança;

2 — Por razões de segurança rodoviária, o conjunto mensagem publicitária e suporte não deve constituir-se em obstáculo rígido, nos locais da rodovia que se encontrem na direção expectável de despiste de veículos e cumprir cumulativamente os preceitos a seguir estabelecidos:

a) A mensagem e o seu suporte não devem possuir qualquer fonte de iluminação direcionada para a estrada, capaz de provocar encadeamento;

b) A intensidade luminosa da mensagem publicitária não deve ultrapassar as 4 cd/m²;

c) Não deve ser inscrita ou afixada qualquer mensagem publicitária nos equipamentos de sinalização, balizamento e segurança da estrada;

d) A afixação ou inscrição de mensagem publicitária não deve obstruir órgãos de drenagem, ou condicionar de qualquer forma o livre escoamento, das águas pluviais;

e) Os percursos pedonais devem encontrar-se livres de qualquer mensagem ou suporte publicitário, num corredor de circulação de largura igual ou superior a 1,50 m, garantindo segurança aos transeuntes, designadamente aos de mobilidade reduzida ou condicionada;

3 — As mensagens publicitárias de natureza comercial, cuja afixação ou inscrição dependa de prévio licenciamento municipal, nos termos do n.º 1 e n.º 2, do artigo 1.º, da Lei n.º 97/88, de 17 de agosto, na sua última redação, carece de parecer prévio necessário das entidades de jurisdição sobre os locais, nos termos do n.º 2, do artigo 2.º, do mesmo diploma, e neste caso, da empresa concessionária da rede de estradas nacionais e regionais.

4 — A publicidade instalada fora do aglomerado urbano, visível das estradas nacionais e regionais, deve cumprir as restrições estabelecidas no Decreto-Lei n.º 105/98, de 24 de abril, na sua última redação.

206293947

MUNICÍPIO DE SANTARÉM**Aviso n.º 10612/2012****Projeto de Delimitação da Área de Reabilitação Urbana da Ribeira de Santarém e Alfange**

Ricardo Gonçalves, Presidente da Câmara Municipal de Santarém, torna público, nos termos e para efeitos do artigo 118.º do código do procedimento administrativo, aprovado pelo Decreto-Lei n.º 442/91, de 15 de novembro com a redação dada pelo Decreto-Lei n.º 6/96, de 31 de janeiro, que a Câmara Municipal deliberou, em sua reunião 18 de junho de 2012, aprovar a e submeter a apreciação pública o Projeto de Delimitação da Área de Reabilitação Urbana da Ribeira de Santarém e Alfange. Assim, e de acordo com os n.ºs 3.º e 4.º do artigo 77.º do Decreto-Lei n.º 380/99, de 22 de setembro, com a redação em vigor, por remissão do n.º 4.º do artigo 14.º do Regime Jurídico da Reabilitação Urbana (RJRU), aprovado pelo Decreto-Lei n.º 307/2009, de 23 de outubro, o prazo para apreciação pública é de 22 dias úteis, contados 5 dias úteis após a data de publicação do presente aviso, no *Diário da República*.

Os interessados poderão consultar o referido deliberação e os documentos que a integram, bem como, o referido projeto no edifício da Str-UrbHis Sociedade de Gestão Urbana de Santarém, EM, S. A., sito na Avenida 5 de Outubro, n.º 1, em Santarém, durante o horário de expediente ou através do *site* da Str-UrbHis (www.str-urbhis.pt). Os interessados deverão endereçar por escrito as suas reclamações, observações, sugestões, e pedidos de esclarecimento, dentro do prazo referido ao Presidente do Conselho de Administração da Str-UrbHis Sociedade de Gestão Urbana de Santarém, EM, S. A.

31 de julho de 2012. — O Presidente da Câmara, *Ricardo Gonçalves*.
206294902